11

المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة لوسائل الإعلام والاتّصال

الملتقى السّابع

بمشاركة كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية

تحرير

أ. د. مي العبدالله
أ. د. هيثم قطب
د. فاديا بومجاهد أبي فراج



المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة لوسائل الإعلام والاتّصال





المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة لوسائل الإعلام والاتّصال

في ضوء الواقع العربي الرّاهن

الملتقى السّابع

26- 27 -28 نوفمبر / تشرين الثّاني 2021

المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة لوسائل الإعلام والاتّصال

في ضوء الواقع العربي الرّاهن

الملتقى السّابع

بمشاركة كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية

26 - 27 - 28 نوفمبر / تشرين الثّاني

تحرير

أ. د. مي العبدالله

أ. د. هيثم قطب

د. فاديا بومجاهد أبي فراج



دار النهضة العربية

شارع الجامعة العربية – مقابل كلية طب الأسنان

بناية اسكندراني رقم 3 – الطابق الأول

Tel & whatsapp: +961 1 833270 / +961 1 854161

darnahda@gmail.com

منشورات: دار النهضة العربية

ISBN 978-614-44-986-0

رقم الكتاب: 4542

اسم الكتاب : **المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة لوسائل الإعلام والاتّصال في ضوء الواقع العربي الرّاهن**

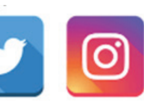
الموضوع : اعلام

سنة الطبع : 2023 م

القياس : 24 × 17

عدد الصفحات: 510





@darnahda

المشاركون:

د. آمال توهامي

د. آمال حسن محمد الغزاوي

د. إيمان رزق

د.بيوض بدرة

د. حسن محمد أبو حشيش

د. حسن منصور

د. خالد العزي

د. خضر مصطفى الجمالى

د. خليل محمد مطهر الخطيب

د. دنيا طارق عبد الوهاب محمد

د. رجاء محمد الهمداني

أ. هشام بو عروري

أ. رزاق لحسن

د. رنا عواضة

د. زكريا حسين أحمد

أ. زينا زغيب

د.سهام البدور

أ.عائشة كريكط

أ. عمار الذيباني

د. فارس محمد العمارات

د. فاديا حسين

د. فيصل كامل نجم الدين

د. ليليان قربان عقل

د. ماركوس شميت

د. محمد سليمان الصبيحي

أ.د. مصطفى متبولي

د. منى طوق

أ.د. مي العبدالله

د. ندين بو حمدان

د. نور الدين بن سولة

د. هشام بوعروري

أ. هلا نجيب الخطيب

أ. وسام بوقلمون

الفهرس

تقديم

كان جمع المعلومات الاستخباريّة منذ العصور الأولى أساسيا لفن الحكم، وجاءت الثّورة الليبرالبّة الّتي أعقبت الإصلاح وانتشار المعلومات لتبرز أهميّة الأخلاقيّات العامّة، إذ لم تكن أخلاقيّات وسائل الإعلام والاتّصال والمسؤوليّة الاجتماعيّة بالأهميّة الّتي هي عليها اليوم، لا سيما وقد أصبح للمعرفة قوّة كبيرة في عصر المعلومات الحالي. لا شيء يقارن بثورة الاتّصال الّتي واكبت ظهور القمر الصّناعي والكمبيوتر والأنترنت، وخلقت عالما جديدا تقلّص فيه المكان والزّمان، ومنحت النّاس إمكانيّة التّقارب بوساطة الهاتف الخلوي والوسائط الحديثة. يمكننا الآن أن نمسك العالم في راحة اليد الواحدة، وبوساطة وسائل التّواصل الاجتماعي، عبر تطبيقات الويب مثل YouTube و Facebook و Twitter وغيرها، حتى أصبحت المعلومات الآن قوّة شعبيّة وليس مجرد سلطة للدولة.

اليوم ، أصبحت الحياة تدور حول التّواصل، فغالبا ما تكون وسائل الاتّصال العالميّة على مدار السّاعة ، طوال أيّام الأسبوع ، أوّل من يحصل على الأخبار وينشرها ، متقدّمة على وكالات الأنباء والاستخبارات، والحكومة والجيش والشّركات وأيّ جهة أخرى . بالتّالي، فهذه الوسائل الحديثة هي الّتي تحدّد جداول الأعمال في المجالات كلّها، وتوجّه النّقاشات والأحاديث والاهتمامات .

من الواضح أنّ هذه الوسائل الّتي منحت قوّة هائلة جديدة للمعلومات ، تستلزم مسؤوليّة فرديّة واجتماعيّة خاصّة تتمثّل في مسؤوليّة المراسلين والمصوّرين ومحرّري الأخبار، وحتّى المحلّلون، الّذين يتحوّلون إلى «حرّاس بوّابات». هذه المسؤوليّة هي أخلاقيّة واجتماعيّة وتجعل أصحاب الصّحف والقنوات النّاقلة للأخبار والعاملين فيها ، أمناء عامين للحقيقة وللذّوق العامّ . كذلك، هي مسؤوليّة قانونيّة، فالمحرّر بموجب القانون، هو المسؤول الأوّل والأخير ، على الرّغم من أهمّيّة النّاشرين والمالكين والمديرين.

بعد ثماني سنوات من العمل البحثيّ الفريقي ضمن الرّابطة العربيّة للبحث العلميّ وعلوم الاتّصال، علينا أن نتوقّف ونفكّر في دوافع جديدة ، تتكيّف مع عالم ما بعد Covid 19 الجديد ، حيث أصبح التّواصل عنصرا مركزيّا في الحياة الجماعيّة، ومعيارا حيويّا وحاسما لتحديد مصير البشريّة جمعاء. بالتّالي، طرأت على مجالنا البحثيّ مواضيع ومحاور جديدة

بسبب أزمة الاتّصال العالميّة الّتي سبّبها الوباء، هي: الاتّصال والحوكمة السّياسيّة ، والحاجات الحيويّة للتّواصل الوثيق والشّامل والمفيد والشّفّاف ، وحاجات خدمة المواطنة الدّيمقراطيّة والتّشاركيّة وتعزيز استحواذ المواطنين على الاتّصال وتمكينهم منه.

ولا يزال الانتفاع الحرّ والميسر بالمعلومات المتاحة في الشّبكات التّفاعليّة هدفا رئيسا، وهو موضوع يطرح قضايا أخلاقيّة متعدّدة تستلزم الكثير من الاهتمام من جانب المجتمع الدّوليّ .

توفّر التّغييرات النّاتجة عن التّطوّر السّريع لتكنولوجيا الإعلام والاتّصال فرصا هائلة للبشريّة، ولكنّها تطرح في الوقت عينه تحدّيات أخلاقيّة غير مسبوقة. ففي حين تقدّم التّكنولوجيا الرّقميّة الّتي أتاحت ترابط أجزاء العالم، الكثير من الفوائد ، فإنّها تنطوي أيضا على مخاطر سوء الاستعمال والاستغلال. وقد بدأت الدّول بوضع آليّات لحماية مواطنيها من هذه المخاطر ترمي، على سبيل المثال، إلى ضمان سلامة الأطفال على شبكة الإنترنت .

مع ذلك ، لا يزال الكثير ممّا ينبغي فعله لمعالجة الآثار الأخلاقيّة لمجتمع المعلومات، والتّصدّي لهذه التّحدّيات من أجل بناء مجتمع معلومات يرتكز على مبدأي العدالة والتّعدّد الثّقافيّ . لذلك، اخترنا لملتقانا السّابع عنوانا يعبّر عن الواقع الرّاهن وأهمّ رهاناته وهو الرّهان الأخلاقيّ الّذي سيحدّد مستقبل التّواصل والإعلام والعلاقات الإنسانيّة في المجتمعات الحديثة ، مع تحوّل وسائل التّواصل إلى قوّة أساسيّة وفتّاكة في بعض الأحيان في المجتمعات الحديثة .

هيئة التّحرير

مدخل نظري ومفاهيمي لموضوع المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة

أ.د. مي العبدالله

الجامعة اللّبنانيّة

Abstract:

The ethical principles of knowledge societies derive from the Universal Declaration of Human Rights. They include the right to freedom of expression and universal access to information, the right to education, the right to privacy, and the right to participate in cultural life. The current international debate related to information ethics revolves around the ethical, legal and social aspects of ICT applications. Today, UNESCO works closely with its Member States to support and enhance the ethical dimensions of the Information Society.

The free use of the information available in interactive networks has become a major goal, and it is a topic that raises multiple ethical issues that require a lot of attention on the part of the international community. The changes brought about by the rapid development of information and communication technologies present enormous opportunities for humanity, but at the same time they pose unprecedented ethical challenges. One of the greatest ethical challenges of the twenty-first century is the quest to build the Information Society on the foundations of mutual respect and commitment to human rights.

مقدّمة:

انبثقت المبادئ الأخلاقيّة لمجتمعات المعرفة من الإعلان العالميّ لحقوق الإنسان. هي تشمل الحقّ في حرّيّة التّعبير وتعميم الانتفاع بالمعلومات ، والحقّ في التّعليم ، والحقّ في الخصوصيّة ، والحقّ في المشاركة في الحياة الثّقافيّة . يتمحور النّقاش الدّوليّ الحاليّ المرتبط بأخلاقيّات المعلومات حول الجوانب الأخلاقيّة والقانونيّة والاجتماعيّة للتّطبيقات الخاصّة بتكنولوجيا الإعلام والاتّصال . تتعاون اليوم الأونسكو على نحو وثيق مع الدّول الأعضاء فيها لدعم الأبعاد الأخلاقيّة لمجتمع المعلومات وتعزيزها .

أصبح الانتفاع الحرّ بالمعلومات المتاحة في الشّبكات التّفاعليّة هدفا رئيسا ، وهو موضوع يطرح قضايا أخلاقيّة متعدّدة تستلزم الكثير من الاهتمام من جانب المجتمع الدّوليّ . توفّر التّغييرات النّاتجة عن التّطوّر السّريع لتكنولوجيا الإعلام والاتّصال فرصا هائلة للبشريّة ، ولكنّها تطرح في الوقت عينه تحدّيات أخلاقيّة غير مسبوقة يعدّ السّعي إلى بناء مجتمع المعلومات على أسس الاحترام المتبادل والالتزام بحقوق الإنسان من أكبر التّحدّيات الأخلاقيّة في القرن الحادي والعشرين .

في حين تقدّم التّكنولوجيا الرّقميّة الّتي أتاحت ترابط أجزاء العالم ، الكثير من الفوائد ، فإنّها تنطوي أيضا على مخاطر سوء الاستعمال والاستغلال . بدأت الدّول بوضع آليّات لحماية مواطنيها من هذه المخاطر ترمي على سبيل المثال إلى ضمان سلامة الأطفال على شبكة الإنترنت . . .

مع ذلك ، لا يزال الكثير ممّا ينبغي فعله لمعالجة الآثار الأخلاقيّة لمجتمع المعلومات ، والتّصدّي لهذه التّحدّيات من أجل بناء مجتمع معلومات يرتكز على مبدأي العدالة والتّعدّد الثّقافيّ . من هنا ، تنطلق من فرضيّة أنّ النّظريّات الحديثة هي أساسيّة لرسم السّياسات، وهي تجمّع على أنّ أخلاقيّات وسائل الإعلام والاتّصال يجب أن تستجيب لتطوّرات المشهد الاتّصاليّ السّريعة ، مع حماية الخصوصيّات والهويّات المحلّيّة.

1- تطوّر مقاربات علوم الإعلام والاتّصال:

يهتمّ الباحثون كثيرا اليوم بموضوع الأخلاقيّات في المجالات كلّها لأنّها أساسيّة في مجتمعات مفتوحة وفي زمن التّواصل الاجتماعيّ المتاح عالميّا . تتّجه اليوم أكثر فأكثر نحو اعتماد النّظريّات الاجتماعيّة - الفلسفيّة الحديثة لكشف المبادئ العامّة الّتي تمكّن الباحثين من فهم الواقع الاتّصاليّ الاجتماعيّ فهما متناميا ومتطوّرا . مع

تطوّر المشهد الإعلاميّ الاتّصاليّ ، تحاول علوم الإعلام والاتّصال تفسير الظّواهر المرتبطة بالاتّصال الإنسانيّ ، بصورة مختلفة ، وفق منطلقاتها الفكريّة والمنهجيّة . تتطوّر المقاربات التّاريخيّة والبنائيّة الوظيفيّة والتّفاعليّة الرّمزيّة بناء على تطوّر قضايا الاتّصال وأبعادها.

تقدّم الاتّجاهات النّقديّة الحديثة رؤى أخرى مغايرة لما قدّمته الاتّجاهات الكلاسيكيّة المبكّرة . تتحدّث المقاربات الحديثة عن ثورة وجوديّة ، تؤدّي إلى إعادة التّفكير منهجيّا في الأسس نفسها الّتي تقوم عليها المواقف الأخلاقيّة .

2- العقد الاجتماعي:

تكتسب الأشكال المتنوّعة من الالتزام الأخلاقي، أو الولاء السّياسي، أو عدالة المؤسّسات الاجتماعيّة، دعمها من خلال ما يُطلق عليه نظريّة العقد الاجتماعي. العقد الاجتماعي le contrat social هو اتّفاقيّة افتراضيّة بين الأطراف الّتي تشكّل المجتمع. تمثّل الحقوق والمسؤوليّات للأطراف المشاركة في الاتّفاق شروط العقد الاجتماعي. تمثّل الدّولة الكيان الّذي جرى إنشاؤه بغرض تفعيل الاتّفاقيّة. لا تثبت الحقوق والحرّيّات بل قد تتغيّر، وذلك بناءً على تفسير العقد الاجتماعي. تتمحور نظريّة العقد الاجتماعي حول فكرة أنّ الإنسان هو الكائن الأهم. (1)

الفكرة الأساسيّة هي الاتّفاق الأساسي بين الأطراف باعتباره أساسًا للتفاعلات الأخلاقيّة يمكن إدراكها. في حالة الثّقة الوجوديّة، يتحوّل الاتّفاق إلى ميثاق افتراضي بالكامل، بدائي، يتمّ التّوقيع عليه عند القدوم إلى الوجود، وهو الاتّفاق الّذي يتجدّد باستمرار في الأجيال اللّاحقة. لا يتضمن الاتّفاق أي قسر، بل هو علاقة تبادليّة من التّقدير والعرفان والرّعاية، يدعمها الإدراك المتمثّل في اعتماد جميع الكيانات على بعضها.

اقترح روسو Jean-Jacques Rousseau (1712—1778) أنّ الدّولة، القانون، الحكومة تحمل مضمونًا واحدًا. (2) طبقا لهوبز(Thomas Hobbes (1588–1679 السّيادة يجب أن تكون لها سلطة مطلقة (Absolutism) بحكم القانون.(3) مفهوم لوك (John Locke (1632–1704 لدولة الطّبيعة والملكيّة التّشاركيّة. (4)

3- أخلاقيّات المعلومات:

يشير مفهوم أخلاقيّات المعلومات إلى أنّ المعلومات تحظى بقيمة جوهريّة. تدعم أخلاقيّات المعلومات هذا الموقف من خلال إدراك أنّ أي كيان معلوماتي لديه حق الاستمرار على حالته، وحق الازدهار، بمعنى تحسين وإثراء وجوده وجوهره. بناءً على هذه الحقوق، تقيِّم أخلاقيات المعلومات واجب أيّ فاعل أخلاقي في إطار المساهمة في نمو الحيّز المعلوماتي، وأيّ عمليّة، أو عمل، أو حدث يؤثر سلبًا على الحيز المعلوماتي بأسره.(5)

انتقل علم الأخلاق بثبات من مفهوم ضيِّق إلى مفهوم أكثر شمولًا لما يمكن أن يُعدّ مركزًا للقيمة الأخلاقيّة، من المواطن إلى المحيط الحيوي. إنّ ظهور عالم المعلومات، باعتباره بيئة جديدة يقضي فيها البشر معظم حياتهم، يفسِّر الحاجة إلى التّوسُّع أكثر في مفهوم المتلقّي. تشمل أخلاقيّات المعلومات الّتي تبلورت خلال الأربعة عقود الماضية فقط، أخلاقيّات استخدام المكتبات ومصادر المعلومات، وأخلاقيّات البحث العلمي، وأخلاقيّات استخدام التّقنية ووسائل الإعلام والاتّصال، وأخلاقيّات استخدام الأنترنت وبيئة شبكات التّواصل الاجتماعي.(6)

ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتّصال، وخصوصًا في السّنوات العشر الأخيرة الّتي رافقت الانتشار الواسع لشبكات التّواصل الاجتماعي، في خلق تحديّات غير مألوفة بالنّسبة إلى أخلاقيّات المعلومات. تتجاوز المعلومات في البيئة المفتوحة كلّ قواعد الاتّصال، وتسبح في فضائها الرّقمي بحريّة مطلقة لتمثّل صعوبة كبيرة للمتلّقي العادي في إدراك وفهم الرّسالة الّتي تحملها، وما إذا كانت حقيقة أو تضليلًا.

هناك اليوم ثلاث قضايا أو تحدّيات رئيسة ترتبط بأخلاقيّات المعلومات في العصر الرّقمي، وتحديدًا في البيئة المفتوحة للمعلومات، هي: الحقيقة، والمسؤوليّة، وحريّة التّعبير.(7)

4 - نماذج صنع القرار: Decision making models

هناك ثلاثة نماذج أساسيّة لصنع القرار يتمّ تطويرها، واستخدامها اليوم عند مواجهة قرارات أخلاقيّة في مجالات الإعلام والاتّصال: نموذج بوين لاتّخاذ القرار الاستراتيجي:Bowen، الإقناع الأخلاقي لـTARES: Baker and Martinson، وصندوق بوتر لاتّخاذ القرار:Ralph B. Potter (8)

ويمكن استخدام نماذج اتّخاذ القرار الأخلاقيّة هذه من قبل أيّ مدير يواجه أيّ معضلة أخلاقيّة في مؤسسات الإعلام والاتّصال.

النموذج التقليدي للقرار	النموذج السلوكي للقرار	النموذج السياسي للقرار
* مشكلة واضحة وأهداف واضحة. * حالة تأكد ومخاطرة. * معلومات كاملة حول البدائل ونتائجها. * الرشد والعقلانية في اختيار القرار من قبل المدير لتعظيم النتائج.	* مشكلة غامضة وأهداف غير واضحة. * حالة عدم تأكد. * معلومات بسيطة عن البدائل ونتائجها. * خيارات مرضية لحل المشاكل باستخدام الحدس.	* أهداف متعددة متعارضة. * حالة عدم تأكد وإبهام. * رؤية غير مستقرة ومعلومات مبهمة. * مساومات وحوار بين أعضاء التحالف.

وقد تمّ تطبيق نظريّة بوين Bowen على ممارسات وسائل التّواصل الاجتماعي للمنظّمات. [9] وأجرى بلايس (2010) Place دراسة وصفيّة للأخلاقيّات لتحديد ما إذا كان ممارسو العلاقات العامّة وجدوا أنّ المبادئ الأخلاقيّة مفيدة في عملهم. [10] كما قام (2000) Van Es and Meijlink و(2001) Marsh أيضًا ببناء نظريّات أخلاقيّة تستند إلى مبدأ الحوار، وطور (2013) Langett نظرية حواريّة للعلاقات بين أفراد العلاقات العامّة والمدوّنين.[11] وصاغ فيتز وجوتييه (2001) Fitz et Gautier نظريّة المسؤوليّة المهنيّة لأخلاقيّات العلاقات العامّة على أساس الالتزامات المزدوجة لمهني العلاقات العامّة لخدمة المنظّمات العميلة والمصلحة العامّة، في حين وضع تيلي (2005)Teley تصورًا لهرم الأخلاق.[12]

تستند معظم هذه النّظريّات الأخلاقيّة، إلى مبادئ الحوار والتّناظر، والالتزامات الأخلاقيّة تجاه الآخرين، وكذلك تجاه الذّات والتّنظيم، واستدامة النّتائج التّنظيميّة على الجمهور والمجتمع.

يجتهد الباحثون اليوم لتطوير نظريات أخلاقيّات العلاقات العامّة بناء على المتغيّرات الكبيرة والمتسارعة في هذا المجال.

أمّا النّموذج الحسابي لصنع القرار السّياسيComputational Model of Political Decision Making فهو أكثر قربًا لبيئة عمل المديرين ومتّخذي القرار حاليًّا، فالقرارات معقّدة ويشترك فيها عدد كبير من الأفراد والمعلومات تتّسم بالغموض كما أنّ عدم التّوافق والصّراع حول المشاكل والحلول حالة طبيعيّة لذا فأنّ هذا النّموذج يراعي هذه الجوانب باهتمام كبير. (13)

5- التّسويق الاجتماعي: Social marketing

وفّر ظهور شبكات التّواصل الاجتماعي فتحًا ثوريًّا، نقل وسائل الإعلام والاتّصال إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصًا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود.

أوجد ظهور وسائل التّواصل الاجتماعي قنوات للبثّ المباشر تغيَر من جوهر النّظريّات الاتّصاليّة المعروفة، وبوقف احتكار صناعة الرّسالة الإعلاميّة لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شموليّة، وبقدرة تأثيريّة وتفاعليّة لم يتصوّرها خبراء الاتصال.(14)

وقد قدَمت النّظريّات والدّراسات الإعلاميّة كثيرًا من الاجتهادات حول مفهوم الاتّصال الاجتماعي ودائرة التّأثير، ومنها نظريّة التّسويق الاجتماعي Social marketing الّتي تتناول كيفيّة ترويج الأفكار الّتي تعتنقها النّخبة في المجتمع، لتصبح ذات قيمة اجتماعيّة معترَف بها.

وتُعنى إشكاليّة النّزاهة بمدى سهولة أو صعوبة البقاء ملتزمًا بالقيم الشّخصيّة والمعايير الأخلاقيّة عند تمثيل المؤسّسة على الأنترنت وإغرائها أو الضّغط عليها للتصرّف ضدّها. كما تنشأ إشكاليّة الكلام فيما يتعلّق بقرارات حول ما هو مقبول التّعبير عنه عندما تكون نشطًا على منصة وسائط اجتماعيّة.(15)

خلاصة البحث:

يواجه محترفو العلاقات العامّة اليوم مشاكل أخلاقيّة كثيرة كأفراد يتّخذون قرارات بشأن سلوكيّاتهم الشّخصيّة والمهنيّة، وكمستشارين أخلاقيين للمنظّمات الّتي تتّخذ قرارات استراتيجيّة أخلاقيّة. لذلك، يتبنّى موظفو العلاقات العامّة اليوم الإرشاد الأخلاقي كجزء من دورهم المهني.

يفتقر معظم الممارسين إلى الخلفيّة التّعليميّة والمعرفة النّظريّة اللّازمة للعمل بهذه الصّفة. وأحد التّحديّات المهمّة لمنظّري العلاقات العامّة والباحثين في السّنوات القادمة هو تطوير النّظريّات الأخلاقيّة للعلاقات العامّة الّتي توفّر المبادئ الأخلاقيّة الّتي يمكن للمهنيين استخدامها على المستوى التّنظيمي.

بناءً على فرضيّات نظرية متاهة التّواصل الاجتماعي في الفضاء العام [16]، يجب أن تدخل خدمات المعلومات في عقد اجتماعي يضمن استخدام وسائل الاتّصال في صالح المجتمع على الشّكل التّالي: أن لا تستخدم لانتهاك خصوصيّة الأفراد، وأن يتمّ ضمان دقّة المعلومات المنشورة بواسطتها، وأن يحمي العقد الاجتماعي حرمة الملكية الفكريّة وكرامة النّاس المتعرضين لرسائل هذه الوسائل.

إنّ حركات الإصلاح والتّغيير في عالمنا العربي مدعوة اليوم إلى توعية الشّعوب على الاستفادة من ثورة الأنترنت إلى أقصى الحدود، واحترام المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّات المهنيّة في مجالات التّنظيم والإدارة والإعلام والاتّصال والنّضال السّياسي، وغير ذلك من جوانب معترك الحياة، فهل نستوعب المدلول التّاريخي لثورة الأنترنت ونتجنّب التيه في المتاهة؟

المراجع:

1- Jules Lemaitre (1853-1914), « Jean-Jacques Rousseau » (1907 - p. 367), Calmann-Lévy Éditeurs.

2- Louis Althusser, « Sur le contrat social », Les Cahiers pour l'analyse, Le Seuil, nº 8, 1967 (p. 5-42)

3- «Thomas Hobbes». *(2021) Stanford Encyclopedia of Philosophy). Metaphysics Research Lab, Stanford University.*

4- Anstey, Peter, (2011)John Locke and Natural Philosophy, Oxford University Press.

5 - حسني محمد نصر، (2015) «اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للأنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة»، بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقيات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

6 - حنأن أحمد سليم، (2012) «الإتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالأنترنت والإعلام الجديد»، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مصر، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد 39، ص.455-347

7 - ريم فاطم المطيري، (2017) «التماس الشباب السعودي للمعلومات من خلال المواقع الإلكترونية للجامعات وأنعكاساتها علي تشكيل صورة المؤسسة لديهم: دراسة ميدانية»، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، مصر، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 17. ص.245

8 - "Ralph Benajah Potter, Jr". Harvard Divinity School website. Retrieved 5 January 2014.

9 - Bowen, Glenn, (2010) "Service Learning in the Scholarship of Teaching and Learning: Effective Practices," *International Journal for the Scholarship of Teaching and Learning*: Vol. 4: No. 2, Article 18. Available at: https://doi.org/10.20429/ijsotl.2010.040218

10 - Van Es, R. and Meijlink, T. L., (2000) The dialogical turn of public relations ethics, *Journal of Business Ethics*, 27, 69-77

11 - Jeremy Langett, Blogger Engagement Ethics: Dialogic Civility in a Digital Era April 2013 Journal of Mass Media Ethics 28(2):79-90

12 - Charles Tilly,) 2006(Identities, Boundaries and Social Ties2005 Published August 25, by Routledge.

13 - Baker, S., & Martinson, D. L. (2001). The TARES test: Five principles for ethical persuasion. Journal of Mass Media Ethics, 16(2-3), 148-175.

14 - Lefebvre, R. C., (2011) An integrative model for social marketing. Journal of Social Marketing; 1:54–72.

15 - مي العبدالله، (2020) نظرية متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام، بيروت: دار النهضة العربية.

تحديات التغطية الإعلامية خلال
انتشار فيروس كورونا في لبنان

أ. رنا أحمد عواضه

الجامعة اللبنانية

Abstract:

With the beginning of 2020, the world witnessed a huge change in life-styles and work patterns imposed by measures to confront the rapid spread of the Corona pandemic across countries borders and continents. The virus confrontation has topped the public and the private concerns, especially after it caused the loss of millions of lives around the world and at various levels, especially economic ones.

In order to prevent this huge amount of human and material losses, especially in the period before the discovery of vaccines and then in the subsequent initiation of giving them to citizens in various countries, the majority of countries adopt health measures to ensure the continuity of institutions work, especially the basic ones. Many sectors also proceeded to conduct their affairs through online, taking advantage of modern communication technologies, while taking strict preventive measures, especially with regard to professions and jobs that are difficult to be completed through online, such as media work, especially in the field.

Field coverage is the basis for ensuring the achievement of news reports that mimic reality. Hence, this research aims to know how this coverage is happened during the societal outbreak of the epidemic and though the difficult medical and hospital situation in Lebanon.

The result of the question of 28 correspondents and photographers working in the local Lebanese TV channels showed that media coverage was greatly affected by the Corona pandemic, and that it had strongly introduced modern communication techniques to the Lebanese media and made the correspondents and the photographers performing the required tasks in a different way from the usual traditional method.

Key words: Corona pandemic - audio-visual media - correspondents - photographers - field media coverage

مقدّمة:

فرض انتشار جائحة كورونا (covid 19) حول العالم تغيّرات في الحياة بشكل عام وأدّى إلى حصول تحوّلات في أنماط عيش الأفراد والجماعات. إذ تمكّن هذا الفيروس التّنفسي المعدي من «إدخال البشريّة في مغامرة مذهلة وجعلنا ندرك أنّنا نعيش في عالم الشّكّ والمأساة على حدّ سواء» (موران،2020 Morin).

أصبح التّباعدُ الاجتماعي أحدَ المتطلّباتِ الأساسيّةِ لمواجهةِ الوباء المستجدّ، وفرض نفسه منقذًا على كلّ ما عداه. والتّباعد ليس جديدًا على المجتمعات إذ سبق أن طُبقَ قديمًا للحدّ من انتشار الأوبئة. فقد اعتمدته السّلطات العثمانيّة لأوّل مرّة في العام 1838 (حلاق، 2020) كما ذُكر في الكتاب المقدس أنّ «الكهنة اتّخذوا من العزل أو الحجر الصّحّي وسيلة لمنع تفشّي بعض الأمراض». وعرف المسلمون أهميّة الحجر الصّحّي للمصابين ببعض الأمراض المعدية خصوصًا الجذام في وقت مبكر من التّاريخ الإسلامي (المصدر نفسه).

وإذا كان التّباعد الاجتماعي ليس جديدًا على البشريّة؛ غير أنّه لم يكن يومًا عابرًا لكلّ الحدود وكلّ القارات في آن واحد على النّحو الّذي هو عليه منذ نهاية العام 2019. فكلّ الأوبئة الّتي واجهتها المجتمعات عبر التّاريخ، وأزهقت حياة الملايين من النّاس لم تفرض تباعدًا على مستوى العالم بأسره كما فعل وباء كورونا وإنّما اختلفت طرق التّعامل معها باختلاف الحقبات الزّمنيّة والإمكانيات المتاحة لمواجهتها، ورقعة انتشارها بدءًا من طاعون عمواس سنة 640 م مرورًا بالطّاعون أو الموت الأسود عام 1331 ثمّ الحصبة و الجدري والكوليرا ف «أنفلونزا الطّيور ومرض جنون البقر والإيبولا

والسارس ومتلازمة الشّرق الأوسط التّنفسيّة ميرس ومن ثم وباء أنفلونزا الخنازير في عام 2009 وصولاً إلى كورونا» (ماكنزي،2020 ، ص67) .

قديمًا، تمّ التّركيز في محاربة الوباء على عزل مناطق محدّدة أو عزل المصابين (عامر، 2020). أمّا اليوم ومع فُجائيّة كورونا وسرعة انتشاره عالميًّا وجدت معظم الحكومات نفسها مجبرةً على تطبيق التّباعد الاجتماعي على مواطنيها إلى جانب إجراءات أخرى كالعزل والحجر قبل الشّروع بحملات التّطعيم ضدّ الفيروس.

ومع تحوّل هذا التّباعد إلى أحد أهمّ متطلبات الحياة اليوميّة لضمان سلامة الأفراد وعدم انتقال العدوى إليهم، اندفعت المجتمعات نحو الرّقمنة. فبعدما كانت التّكنولوجيا متّهمة بإضعاف التّواصل المباشر بين البشر، جاء الحجر الصّحي ليضع هذا الاتّهام جانبًا وليجعل وسائط ومنصّات العالم الرّقمي مسؤولة عن تأمين الاتّصال والتّواصل مع الآخر ولو عن بعد.

أمام هذا الواقع المستجد، عمدت الدّول إلى استخدام تقنيات العالم الرّقمي، فَسُجّل إقبال غير مسبوق على الخدمات المتوافرة على الشّبكة العنكبوتيّة وراحت كبريات الشّركات العالميّة كغوغل (Google) ومايكروسوفت (Microsoft) تحث موظّفيها على العمل من المنزل لتلبية حاجات المرحلة نتيجة الطّلب الكبير على تكنولوجيا العمل عن بعد، ما رفع بحسب ما أكّد المحلّل لدى شركة فيوتشرسورس (future source) موريس غرار(Morris Gerard) (2020) أسهم الشّركات المعنيّة بهذا المجال ومنها زووم (zoom) الّتي ارتفعت أسهمها بنسبة 40 % في شباط 2020. ودفع الطّلب الضّخم على الأنترنت موقع يوتيوب (YouTube) إلى التّخفيض من جودة الفيديوهات الّتي يعرضها حول العالم إفساحًا في المجال لتأمين استمراريّة متابعة أكبر عدد ممكن من المستخدمين للموقع، وذلك مع تركه خيار مشاهدات الفيديوهات بدقة عالية من خلال تحديد هذا الخيار نشطت منصّات البثّ الرّقمي كالتّلفزيون والأنترنت، وما يرافقه من تطبيقات الفيديوهات تحت الطّلب نموذج (Netflix).

لمّا كانت الدّول المتقدّمة قد سبقت غيرها باعتماد الرّقمنة، ولمّا كان مواطنوها قد اعتادوا إنجاز الكثير من أعمالهم عبر الأنترنت اختصارًا للوقت وتوفيرًا للمال، فأنّ دولاً أخرى كانت لا تزال محدودة التّطوّر الرّقمي كحال لبنان حيث يُسَجّلُ لكورونا أنّه دفع هذا البلد الغارق في أزماته إلى ولوج العالم الرّقمي. فعلى سبيل المثال يُسَجَّلُ له أنّه

ساهم في الدّفع نحو إنجاز معاملات رسميّة عبر تقنيّات الأنترنت بفترات قصيرة كانت تستغرق أيامًا وربّما شهورًا لإنجازها. واستطاع القطاع التّربوي على الرّغم من كلّ الصّعوبات تأمين التّعليم عن بعد في غالبيّة المدارس والجامعات، كما عقدت المؤتمرات والجلسات والنّدوات والمقابلات وحتى اللّقاءات العائليّة من خلال تقنيّات ال سكايب (Skype) وفيديوكول (video call) وزووم (zoom).

ونشطت أيضًا العديد من الخدمات الإلكترونيّة ومنها التّسوق عبر الأنترنت إذ لاحظت شركة أمازون (Amazon) زيادة في المشتريات «ممّا أدى إلى نفاذ مخزون بعض المواد المنزليّة الأساسيّة والمستلزمات الطّبيّة (Aljazeera.net, 2020) كما لاقت بعض التّطبيقات الرّقميّة التّرفيهيّة رواجًا ومنها تيك توك(Tiktok) إذ «تسابق ملايين الأشخاص حول العالم لتحميله لملء فراغ أوقاتهم الّذي فرضته قواعد التّباعد الاجتماعي» (النحاس، نهى، 2020) وأمام هذا الواقع بات «فهم المستقبل وتوقعه هو بحدّ ذاته فهم الواقع لمعرفته وتقديره وقراءة القادم علّنًا نصل إلى جواب حقيقي في عصر الاتّصال الرّقمي، والحقّ يقال إنّ جائحة كورونا هي الّتي سرّعت الموجة للتغيير والاستدارة الكبيرة لجهة التّحوّل الرّقمي مطلع 2020» (الحسني، 2020).

ولبنان من الدّول الّتي شهدت تفشي مجتمعي للفيروس في ظلّ ظروف اقتصاديّة صعبة يمرّ بها البلد، ما فرض اتّخاذ تدابير وقائية واحترازيّة للحدّ من انتشاره. فلجأت السّلطات والإدارات المعنية إلى إغلاق البلاد لفترات متقطّعة وإلى إقفال كلّ المرافق الحيويّة وفرض الحجر الإلزامي على المواطنين في منازلهم إلا للحالات الضّروريّة وبموجب أذونات خروج مسبقة مع وجود استثناءات تفرضها طبيعة عمل الأفراد والمؤسسات وحصل إيقاف قسري لكلّ الأنشطة.

ومن المعروف أنّ للإعلام دورًا مهمًّا في أزمنة السّلم كما الحرب في لبنان الّذي طالما تميّز بإعلامه الحرّ. لكنّ الوسائل الإعلاميّة اللّبنانيّة على اختلاف أنواعها عاشت وتعيش تحدّيات جمّة متأثرة بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعيّة الصّعبة الفارضة نفسها وخصوصًا في الفترة الرّاهنة. فجاءت أزمة كورونا لتزيد الطّين بلّة ولتضاعف الواقع الصّعب للقطاع الإعلامي بشكل عام. فتداعيات هذه الأزمة فرضت نفسها بقوّة على طبيعة العمل في المؤسسات الإعلاميّة ودفعت العاملين فيها إلى اتّباع سلوكيّات جديدة في العمل لحماية أنفسهم وعائلاتهم وضمان استمراريّة تأدية واجباتهم الإعلاميّة وهو ما وضعهم أمام تحديات كبيرة: صحيّة ونفسيّة وجسدية (السّلامة) وماليّة.

1- منهجيّة البحث:

يسعى هذا البحث إلى معرفة تحديات العمل الإعلامي الميداني وكيفية المواءمة بين مسؤولية العمل الميداني وإيصال الرّسالة الإعلاميّة من جهة وضمان الحماية من الإصابة بفيروس كورونا من الجهة الثانية.

ولم يأتِ التّعاطي الإعلامي موحدًّا في كيفيّة مقاربته لأزمة كورونا على الرّغم من الانطباع العام الذي عكسته الوسائل الإعلاميّة المرئيّة والمسموعة بمجملها، وأرادت من خلاله المساعدة في وضع حد للانتشار السريع للفيروس. غير أنّنا شهدنا الكثير من الإرباك الإعلامي نتيجة عدم الإلمام بطبيعة الجائحة وعدم جهوزية الوسائل المرئيّة والمسموعة للتعامل مع هكذا أزمة. وهنا، تبرز أهميّة الموضوع لمعرفة كيف تعايشت هذه الوسائل مع الأزمة، وكيف تمكّنت من نقل الوقائع وتغطية الأحداث في زمن كورونا مع غياب الإعلام الصّحّي المتخصّص لأنّ صحّة المؤسّسات الإعلاميّة هي من صحّة الوطن.

تطرح هذه الورقة سؤالًا أساسيًا: كيف أثّر تفشي فيروس كورونا على التّغطية الإعلاميّة الميدانيّة في لبنان؟

من هذه الإشكاليّة تتفرّع مجموعة أسئلة: هل حدّت أساليب الوقاية من كورونا من الوصول إلى المعلومات الميدانيّة؟ إلى أي مدى دفعت هذه الإجراءات إلى الإقبال على استقصاء المعلومات عن بعد؟ ما مدى الاستفادة من تقنيّات الاتّصال الحديثة لإتمام المهام الإعلاميّة المطلوبة؟ وماذا عن العمل في حالة الظّروف الطّارئة كانفجار المرفأ في 4 آب 2020 والّذي حصل إبان تفشي الوباء؟

وقد تمّ اختيار عيّنة من العاملين في التّغطيات الميدانيّة الإعلاميّة شملت مراسلين ومصوّرين من التّلفزيونات اللّبنانيّة السّبعة أيّ ما مجموعه 28 عاملاً بين مصوّر ومراسل موزّعين ما بين الأناث والذّكور(7 مراسلين و7 مراسلات و14 مصورًا)، تراوحت أعمارهم ما بين 25 عامًا و50 عامًا وبمستوى علمي توزع بين شهادة البكالوريا اللّبنانيّة (3) والتّخصّص المهني (3) والإجازة الجامعيّة (8) بالنّسبة إلى المصوّرين والإجازة الجامعيّة (10) والدّراسات العليا بالنّسبة إلى المراسلين (4).

اعتمدنا لبنان بلدًا لتطبيق الدّراسة، وسنقوم باختيار النّشرات الإخباريّة الأساسيّة في المؤسّسات الإعلاميّة المرئية والمسموعة ونشرات الأخبار «تتضمن الأخبار المختلفة

وتقوم بإصدارها وكالة أنباء، وتطلق أيضًا على نشرات أخبار الرّاديو والتّلفزيون» (شطاح،2007 ،ص9) وهي عبارة عن مجموعة أخبار متنوّعة ومهمّة تقدّم للمستمع أو المشاهد خلال فترة زمنيّة تتراوح غالبًا بين 10 دقائق و15 دقيقة ولها مواعيد ثابتة يوميًا على الخريطة الإذاعيّة أو التّلفزيونيّة. (الخليفي،2005 ، ص 119).

والمؤسّسات الإعلاميّة المرئيّة والمسموعة في لبنان: 7 قنوات تبثّ محليًّا وفضائيًا وباتت بمعظمها تبثّ رقميًا وهي: تلفزيون لبنان Tele Liban، المؤسّسة اللّبنانية للإرسال LBC، قناة المنار، الشّبكة الوطنيّة للإرسال NBN، قناة الجديد، قناة ال MTV، قناة ال OTV. وحدود الدّراسة الزّمنيّة هي فترة تفشّي فيروس كورونا في لبنان وخصوصًا فترات الإقفال العام 2021-2020.

2 - أدوات البحث

اعتمدت هذه الدّراسة على المقابلات و مجموعة من الأسئلة التي يقوم الباحث بإعدادها وطرحها على الشّخص موضع البحث وجهًا لوجه ويقوم الباحث بتسجيل الإجابات عليها بنفسه» (عبد الله، 2011، ص 256) وسنعمد إلى إجراء المقابلات بغية استقاء المعلومات الضّروريّة للإجابة على إشكاليّة الدّراسة وخدمة لأهدافها.

3- الإطار النّظري للبحث:

أظهرت نتائج دراسة علميّة (ساعد،2020) من جامعة أم القرى في المملكة العربيّة السّعوديّة بعنوان «الإعلام الصّحّي والشّائعات جائحة كورونا أنموذجًا» استخدام وسائط التّواصل الاجتماعي على نطاق واسع في المجتمع وخصوصًا في فترة الحجر الصّحّي وطغيان الاستخدام السّلبي لهذه الوسائط من خلال نشر الأخبار الكاذبة والشّائعات الّتي تعطّل حياة النّاس ومصالحهم واللّجوء إلى استخدام صور وفيديوهات قديمة واعتبارها حدثت خلال فترة الحجر.

وبيّنت الدّراسة تأثيرات سلبيّة لهذه التّقنيات الرّقمية على نمط حياة الأفراد والمجتمعات بشكل واضح لاسيما وأنّ قنوات فضائيّة أعادت بثّ تلك الرّسائل.

أظهرت دراسة (موسى،2020) بعنوان محدّدات تغطية الفضائيّات الإخباريّة لجائحة كورونا في عصر الرّقمنة شملت عيّنة من أربع فضائيّات عربيّة وأميركيّة هيمنة شبكات التّواصل الاجتماعي على اهتمامات المتواصلين من حيث النّشر والتّلقي والتّفاعل وبيّنت

ضرورة الاهتمام بالتّكوين الإعلامي المختصّ بالمجال الصّحّي في الوسائل الإعلاميّة وتأهيل العاملين فيها وفق استراتيجيّة تهدف إلى تأسيس إعلام صحي محترم يضطلع بأدواره الحيوية (شرمان،2020 ، ص 190).

كشفت نتائج استبيان (2020) أجرته مؤسسة هتلان ميديا ووصفته بالأوّل من نوعه في دولة الإمارات العربيّة المتحدة، حول الصناعة في ظلّ التّحديّات الّتي يواجهها العالم بسبب انتشار فيروس كورونا المستجد «كوفيد 19»، وتأثيرها على قطاع الإعلام بشكل عام أنّ جائحة كورونا أدّت إلى تسريع عمليّة التّحول الرّقمي للمؤسسات الإعلاميّة المطبوعة كافّة، والّتي كان مخططًا لها الانتقال التّام إلى الرّقمنة خلال السّنوات المقبلة. فيما أوضح العاملون في قطاع الإعلام أنّ التّحديّات الرّئيسة الّتي واجهتهم في ظلّ الظّروف الاستثنائيّة الّتي يعيشها الجميع كانت: صعوبة الحصول على المقابلات، والتّأخير في تقديم المواد الإعلاميّة، وصعوبة الوصول إلى المعلومات.

شارك بالاستبيان إعلاميّون وصحفيّون من مؤسّسات عربيّة وعالميّة، وبلغت نسبة المشاركين العاملين في وسائل الإعلام المرئي والمسموع 33.3%، ومن وسائل الإعلام الرّقمية 18.4%. وتنوّعت أدوار المشاركين الوظيفيّة بين مراسلين ومحرّرين 39.8%، ومديرين 21.6%، وكتّاب متعاونين 26.1%، ومقدّمي برامج ومنتجين 12.5%، عمل خلال فترة الاستبيان 74.2%من إجمالي المشاركين عن بُعد، بينما عمل 25.8% يعملون من مكاتبهم. ورأى 40% من المشاركين في الاستبيان، أنّ الاتّجاه المستقبلي لصناعة الإعلام بات يوجب التّحرّك نحو الاعتماد على مختلف التّقنيات والعمل عن بعد، مطالبين بضرورة تقديم محتوى قوى عبر منصّات وسائل التّواصل الاجتماعي، ويعتقد البعض الآخر أنّ التّوازن مطلوب بين الإعلام المطبوع والرّقمي.

وعن نوعيّة المحتوى، أكّد 72.7% من المشاركين في الاستبيان، أنّ هناك تحولاً كبيرًا نحو تقديم محتوى متعلّق فقط بـ«كوفيد 19»؛ بخاصّة في قطاع الإعلام المرئي والمسموع، ويؤيد 63.2% من المدراء المشاركين في الاستبيان الرّأي نفسه (Hattlan Media، 25 يونيو 2020).

تعدّدت تعريفات الباحثين لمفهوم النّظريّة ولكن على الرّغم من هذا التّعدد «أنّ الهدف منها هو الوصول إلى استنتاجات علميّة تصف علاقات وظيفيّة بين متغيّرات يتمّ قياسها أو استقراؤها...(العبد الله، مي، 2010، ص 15) إذ أنّ الإطار النّظري يساعد الباحث

على تفسير المادّة البحثيّة ويحلّل العيّنات على ضوئها بغرض الوصول إلى استخلاص النّتائج المفيدة. وسنعتمد في بحثنا على مجموعة من النّظريّات:

من خلال نظريّة الحتميّة التّكنولوجيّة حاولنا إظهار ماهية انعكاسات التّغطية الإعلاميّة الميدانيّة عن بعد بواسطة التّقنيات الرّقمية على نوعيّة ومضمون الرّسالة الإعلاميّة صناعة الأخبار انطلاقًا من كون هذه التّقنيّات أصبحت عاملاً أساسيًا لها تأثيراتها الحتمية على الأفراد والمجتمعات.

ونظرية الحتميّة التّكنولوجيّة تعتبر امتدادًا لنظريّة التّأثير القويّ لوسائل الاتّصال (powerful effects theory). وهذه النّظريّة تفترض أنّ لوسائل الاتّصال الجماهيري تأثيراتها القويّة إذا تمّ استخدامها في حملات إعلاميّة منظّمة أعدّ لها بعناية بحسب مبادئ نظريّات الاتّصال (العبد الله، 2010، ص 289).

من خلال هذه النّظريّة حاولنا إظهار تأثير العالم الرّقمي والمواد المقدّمة من خلاله على العمل الإعلامي الإخباري وبالتالي إحداث تغييرات في طبيعة العمل تحلّ محلّ العادات المكتسبة والموروثة والمتعارف عليها في طبيعة العلاقة مع الوسائل الإعلاميّة التّقليديّة إضافة إلى إظهار القدرة الهائلة لتقنيات الاتّصال الحديثة في إحداث التّغيير على نحو أسرع من الوسائل التّقليديّة كالتلفزيون مثلاً نظرًا لحجم التّأثير النّاتج عن سرعة انتشار المعلومة عبر الأنترنت.

كما يتمحور اهتمام نظرية الاستخدامات والإشباعات حول الفروق الفردية بين الجمهور وتأثيرها على استخدامهم لوسائل الإعلام من أجل تحقيق إشباعات معينة تختلف من شخص إلى آخر.ولقد أحدثت هذه النظرية تحولاً في رؤية المختصّين إلى جمهور وسائل الإعلام الّتي كانت تقول إنّ هذا الجمهور سلبي، وإنّه يتلقّى المضمون الإعلامي من دون تفاعل في انتقاء ما يريد وما يشبع حاجاته من التّعرض إلى الوسيلة الإعلامية (البشر، 2014، ص 132-131).

سنحاول من خلال هذه النظريّة إظهار رغبة العاملين في الأخبار بالانغماس في العالم الرّقمي عبر وسائله وتقنياته انسجامًا مع ما تفرضه إجراءات كورونا وإشباعًا لرغباتهم في مجاراة التّطوّر التقني واستجابة لتلبية احتياجات الجمهور، خصوصاً وأنّ هذا الجمهور بات بإمكانه اختيار ما يريد من هذه الوسائط والتّقنيات والوصول سريعًا إلى المعلومات.

4- الإعلام اللّبناني -المرئي والمسموع- وكورونا:

منذ بدأت جائحة كورونا بدأ الإعلام العالمي والعربي في حالة إرباك، وهو ما يفسره الأطباء والمختصّون بأنّه طبيعي، نظرًا إلى فجائية كورونا وسرعة انتشار الفيروس حول العالم خصوصًا وأنّها تجاوزت كونها أزمة صحيّة وألقت بثقلها على مختلف القطاعات، والقطاع الإعلامي واحد منها. وقد واكب الإعلام عمومًا والمرئي والمسموع خصوصًا على امتداد العالم شتّى أنواع الأزمات، غير أنّه لم يحظ وباء أو مرض معد بتغطية عبر وسائل الإعلام العالميّة، ومنها العربية كالّتي لقيها فيروس كورونا المعروف بcovid-19، بالنّظر إلى خطورته وسرعة انتشاره (سعيد، 2020) فضلًا عن أنّ التّطور الرّقمي جعل تعاطي المؤسسات الإعلاميّة - المرئيّة والمسموعة- مختلفًا عمّا كان عليه في الأزمنة الماضية.

ومع تفشّي الوباء باشرت الوسائل الإعلامية مواكبة نقل الأخبار ومتابعتها تباعًا وفق مسارات عديدة، منها: **أوّلًا**، نقل الحقائق عن الفيروس من مصادرها الفعلية مثل المستشفيات والمؤسّسات المختصّة ومنظمة الصّحة العالميّة. **ثانيًا**، الاعتماد على التّقارير المنحازة بمعنى التّوظيف السّياسي للفيروس (عباس مسلم، 2020، رصد أساليب التّغطية الإعلاميّة لفيروس كورونا. شبكة النّبأ المعلوماتيّة).

غير أنّها ولّدت مخاوف لدى أصحاب الشّأن على مصير هذا القطاع نتيجة التّداعيات السّلبيّة على الاقتصاد العام للدول، وهو ما انعكس على المؤسسات المرئية والمسموعة الّتي تكبّدت خسائر مالية خصوصًا مع الخسائر في سوق الإعلانات «إذا استمرّت الأزمة، أعتقد أنّ ذلك قد يكون له عواقب مباشرة إلى حدّ ما على المهنة Lacroix, (2020).

« Si la crise s’éternise, je pense que cela pourrait avoir des conséquences assez directes sur le métier »

وما عاشته الوسائل الإعلاميّة حول العالم ينسحب على الوسائل الإعلامية اللّبنانية بوتيرة مرتفعة نظرًا إلى الأزمة الاقتصادية المتفاقمة في لبنان بشكل كبير مع انهيار سعر العملة الوطنية لصالح الدولار، ما دفع المؤسّسات الإعلاميّة إلى تقليص نفقاتها وإلى خسارة الكثير من اليد العاملة إمّا طوعيًا أو تعسّفيًّا.

فضلاً عن أنّه مع الإقبال نحو وسائط الاتّصال الرّقمي والتّقنيات الرقمية من قبل

الجمهور خلال تفشي كورونا، فأن الوسائل الإعلامية اللّبنانية -المرئيّة والمسموعة- التّقليدية وجدت نفسها مجبرة على الولوج أكثر في العالم الرّقمي، ومواكبة الرّقمنة بطريقة أو بأخرى لعدم خسارتها جمهورها ولمحاولتها إشباع حاجياته للحصول على المعلومات والحفاظ على طواقمها، على الرّغم من التّخبط الواسع الّذي عانته في مطلع الأزمة حول كيفية تعاطيها مع أسباب انتشار الفيروس وكيفية تعاملها مع الواقع المستجد. وعمد بعضها إلى مقاربة الأزمة الصحية من زوايا سياسية من خلال الانحياز إلى تبنّي نظرية المؤامرة، واتّهام بعض الدول والجهات بالوقوف وراء وصول الوباء إلى لبنان. قبل أن تعود لاحقًا مع تفشي الجائحة إلى تخصيص مساحات للتوعية والتّحذير والطّلب من المواطنين الالتزام بالإجراءات والبقاء في المنازل. ومن ثم الترويج في المرحلة اللاحقة إلى أهميّة أخذ اللقاح.

اتّهم المواطنون بعض الإعلام التّقليدي والرّقمي بالوقوف وراء تضخيم أرقام المصابين والمتوفين، ونشر شائعات حول الفيروس ما دفع وزارتا الصّحة والإعلام إلى الطّلب من المواطنين عدم الأخذ بالإشاعات، والطّلب من الوسائل الإعلامية حصر أخبار مصابي الفيروس وضحاياه في لبنان بالجهات المختصة فقط.

كل هذا، وكانت الوسائل الإعلامية تعاني أيضًا من معوّقات عديدة نتيجة ظروف العمل الّتي فرضتها إجراءات كورونا، فضلًا عن تأثّر إمكانيّات الوسائل الإعلاميّة نفسها بالفيروس، ما سبّب نقصًا في الكوادر البشريّة أو تحولًا للعديد منها إلى العمل عن بعد، أضف إلى تسجيل إصابات بالفيروس بين الطواقم الإعلاميّة.

5- نتائج البحث:

تبيّن من خلال هذه المقابلات:

1 - التزام النّسبة الأكبر (22 من28) بضرورات ومتطلبات الحماية الصّحية الشّخصية من الإصابة بالعدوى من وضع الكمامات، وتعقيم اليدين والمسطحات، وحتى ارتداء الزّي الواقي، ومع ذلك أصيب عدد كبير من العاملين (20 من 28) وبعضهم تسبّب بنقل العدوى إلى عائلته (12 من 28) ومنهم من أصيب بالعدوى خصوصًا المصوّرين خارج العمل (15 من 28) ونقلها إلى مكان العمل. كما سجلّت إصابات في صفوف الإعلاميين خلال تغطيهم في المستشفيات لانفجار مرفأ بيروت، وتحدّث معظم العاملين عن انزعاجهم من الاضطرار إلى إجراء فحص الكورونا بشكل متكرر.

2 - تبيّن أنّ نسبة ممارسة التباعد الاجتماعي وارتداء معدّات الحماية تراجعت خلال تغطية الأحداث الطارئة، كانفجار مرفأ بيروت والمواجهات التي حصلت بين المحتجين والجيش اللّبناني في بيروت وطرابلس وفي مناطق أخرى (20 من أصل 28 تحدّثوا عن عدم تمكنهم من التّقيد بإجراءات التّباعد الاجتماعي خلال مواكبتهم لانفجار مرفأ بيروت، و20 من 28 حافظوا على وضع الكمامة، أمّا الباقون لم يواكبوا الأحداث الطّارئة).

3 - أظهرت النّتائج أنّ التّغطية الميدانية بالنّسبة إلى المراسلين والمصوّرين - مع البقاء بعيدين عن الناس- تشكّل بحدّ ذاتها التّحدّي الأوّل في العمل الإعلامي خلال كورونا (22 من 28)، وهو ما كان صعبًا للغاية في بعض الأحداث كانفجار مرفأ بيروت.

4 - تحدّث المراسلون عن تأدية عملهم وسط قلق من التقاط العدوى (20 من 28)، وأشاروا إلى تحدي مقاربة المستشفيات حيث يوجد مرضى كورونا، فقد شبّه أحد المراسلين الذّهاب إلى مستشفى بيروت الحكومي بالانتحار، فيما شبّه مراسل آخر تغطية انفجار بيروت حينها بالسّير في حقل ألغام.

5 - أبدى 18 من أصل 28 عدم رضا عن تعريض أنفسهم للخطر مقابل تدني رواتبهم، خصوصًا خلال الأزمة الاقتصاديّة.

6 - تحدثوا عن تحدي الحصول على المعلومات بالسّرعة نفسها الّتي كانت عليه قبل تفشي كورونا، نظرًا إلى ظروف الإقفال العام ولجوء معظم المراسلين إلى استقاء المعلومات عبر الهاتف واعتمادهم بالدرجة الأولى على الواتساب للوصول إلى مصادر الأخبار (11 من 14). وتحدث المراسلون (10 من 14) أيضًا عن حصول بلبلة كبيرة وإرباك خصوصًا في بداية أزمة كورونا، وتحديدًا فيما يتعلّق بالحصول على هُويّة المصابين وأعدادهم وكيفية التقاط العدوى.

7 - تحدّث مصورون (5 من 14) عن تهرّب زملاء لهم عن القيام بعملهم خوفًا من الإصابة، وذكر معظمهم أنّ أصعب تحدٍّ لهم هو تصوير مقابلات مع المصابين وأهاليهم (10 من 14).

8 - أضحى المراسلون والمراسلات قائمين بمهام المصوّرين في بعض الأحيان ويبثّون رسائل إخباريّة مباشرة على الهواء من ألفها إلى يائها.

9 - بات الجمهور يشاهد ويسمع مندوبًا أو مراسلاً يقدم رسالة إخبارية من منزله، وهذا نادرًا ما حصل قبل كورونا في لبنان (على الأقل على النّحو الّذي ساد منذ تفشي الجائحة)، ولم يكن ليتحقق لولا تقنيات الاتّصال الحديثة الّتي سهلّت المهام أمامه (رسالة تلفزيونيّة ضمن زووم أو سكايب مثلا).

10 - عدّلت المؤسسات الإعلاميّة - المرئية والمسموعة- من أولويات العمل الميداني، وركّزت في بداية انتشار كورونا على تغطية تفشي الجائحة، ثمّ لاحقًا متابعة مسألة اللّقاحات قبل أن تعود أخبار الأزمتين السّياسية والاقتصادية تطغيان على ما عداهما كما هو الحال راهنًا.

11 - أدخلت جميع التلفزيونات اللّبنانية مفهوم التّغطية الإعلامية عن بُعد إلى قاموسها الإعلامي، واستفادت من هذه التّجربة خلال أزمة المحروقات.

12 - سهّل العمل عن بُعد مهام المراسلين والمصوّرين (19 من 28) ووجدوا فيه فكرة جيّدة، وقالوا أنّه لم يؤثّر على الحرية الإعلامية الّتي يعملون تحت سقفها كلّ بحسب الوسيلة الإعلامية التي ينتمون إليها.

13 - اختفت سيارات النّقل المباشر الضّخمة و«اللينك»LINK من المقرّات الرّسمية، وحلّت مكانها الأجهزة النّقالة الصّغيرة والهواتف الرّقميّة. (وهو ما بدأت بعض القنوات اللّبنانية بتطبيقه قبل أزمة كورونا سعيًا إلى تقليص حجم نفقاتها الماليّة).

14 - الاعتماد على شبكة الاتّصالات، والأجهزة، والتّطبيقات عبر الهواتف بشكل كبير (21 من 28).

15 - دفعت التّبعات الاقتصادية السّلبيّة الّتي خلّفتها أزمة كورونا، والتّدهور المالي الّذي عصف بلبنان مع مطلع العام 2020 العديد من العاملين في الحقل الإعلامي -المرئي والمسموع - إلى ترك المؤسّسات الّتي يعملون فيها، والهجرة نحو مؤسسات أخرى خارج البلاد بمعظمها (16 من الذين تحدثنا إليهم أشاروا إلى زملاء لهم تركوا القنوات الّتي يعملون فيها).

خلاصة البحث:

أظهرت النّتائج أنّ جائحة كورونا أثّرت بشكل مباشر على القطاعين المرئي والمسموع، لا سيّما مع تسجيل أعداد كبيرة من الإصابات ضمن الطواقم الإعلاميّة؛ وأكّدت النّتائج وجود صعوبات خلال العمل الميداني إذ أشار المراسلون والمصورون (عيّنة البحث) إلى جملة تحدّيات واجهتهم خلال تأديتهم لعملهم ضمن التّغطيات الميدانية، لاسيّما في فترة الإقفال العام توزّعت بين تحدّي الحماية الشّخصيّة من التقاط العدوى وبين كيفيّة الوصول إلى المعلومات على نحو سريع، لا سيّما بما يتعلّق بمصابي كورونا. ولجأ معظم المراسلين إلى تقنيات الاتصال الحديثة لتأمين المادة الإعلامية وإلى بثها خارج نطاق أماكن تغطيتهم للأحداث وأماكن عملهم ما وضع المؤسسات الإعلامية على سكة التحول الرقمي. فهل يمكن لإجراءات الحماية من كورونا وللأزمة الاقتصادية فتح الطريق نحو رقمنة الإعلام اللّبناني المرئي والمسموع؟

لذلك، جاءت نتائج البحث لتتوافق مع فرضياته، ولتجيب على الإشكاليّة المطروحة حول كيفية تأثّر العمل الميداني الإعلامي بجائحة كورونا.

وأظهرت نتائج المقابلات أنّ الوسائل الإعلاميّة اللّبنانية لم تتأخر عن مواكبة انتشار فيروس كورونا بل كانت حاضرة منذ اليوم الأوّل. وأنبرت إلى إطلاق حملات توعية وشعارات لحث المواطنين على الالتزام بإجراءات الحماية من الفيروس لا سيما البقاء في منازلهم. ودأبت على تخصيص مساحات واسعة للاختصاصيين لإرشاد المواطنين. ولعلّ من أبرز ما أظهرته هذه المواكبة هو الحاجة إلى الإعلام الصحي المتخصص البعيد عن التّخبط والشّعبويّة والتّضليل في التّعاطي مع هكذا ظروف إلى حدّ أنّ بعض الدراسات (الحاجة مي، 2018) باتت تتحدث عن ضرورة التّكامل بين الإعلاميين والأطباء في مجال الإعلام الصّحي ووجود خطة متكاملة يضعها الأطباء المتخصصون، ويقدّمها محاورون ذو ثقافة صحيّة عالية يتم تدريبهم وإعدادهم إعلاميًا وطبيًا (شرمان، 2020، ص 193).

المراجع:

1 - أبو سليمان، عبد الوهاب إبراهيم (2005)، كتابة البحث العلمي (صياغة جديدة) الرياض: مكتبة الرشد.

2 - ديبورا ماكنزي (2020)، كوفيد 19 الوباء الذي ما كان يجب أن يظهر وكيف نتجنب الوباء التالي (ترجمة زينة ادريس) بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.

3 - زكي جمعة (2019)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية رؤية معرفية في إدارة البحث العلمي، بيروت: دار الفارابي.

4 - ساعد ساعد (2020)، الإعلام الصحي والشائعات جائحة كورونا أنموذجًاHealth Media And Rumors: Corona Pandemic A Model، مجلة العالم والمجتمع، (المجلد 4، العدد2، ص 165-185،27/12/2020) المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى.

5 - شعاع الجاسر (2020)، رقمنة الإعلام: دراسة تحليلية لمفهوم الإعلام الرقمي والمداخل النظرية لدراسته وأبرز سماته (المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام المجلد 03 العدد01 جوان 2020).

6 - طارق سيد أحمد الخليفي (2008)، معجم مصطلحات الإعلام الإنجليزي، أنجليزي-عربي الطبعة الأولى، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

7 - عباس مسلم (2020)، رصد أساليب التغطية الإعلامية لفيروس كورونا. شبكة النبأ المعلوماتية.

8 - عبد الناصر جندلي (2005)، تقنيات البحث في العلوم السياسية والاجتماعية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

9 - عديل أحمد شرمان (2020)، دور الإعلام في مواجهة الأوبئة والأمراض المعدية: وباء فيروس كورونا أنموذجًا، المجلة العربية للدراسات الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

10 - قصي الحسين (2008)، كتابة البحوث العلمية والأكاديمية المنهجية الحديثة، بيروت: دار ومكتبة الهلال.

11 - محمد بن سعود البشر (2014)، نظريات التأثير الإعلامي الرياض العبيكان للنشر مأخوذ من (Maktabatinfo.blogspot.com).

12 - محمد شطاح (2007)،الإعلام التلفزيوني (نشرات الاخبار-المحتوى والجمهور)، الجزائر: دار الكتاب الحديث.

13 - مي العبد الله (2010)، نظريات الاتصال، بيروت: دار النهضة العربية.

14 - مي العبد الله (2011)، البحث في علوم الإعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكاليّات البحثية، بيروت: دار النهضة العربية.

15 - مي الخاجة (2018)، الإعلام الصحي في دولة الإمارات من المنظورين الأكاديمي والطبي: دراسة استطلاعية ميدانية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 15 عدد 2.

16 - نها عبد المقصود (2018)، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات مأخوذ من (Eipss-eg.org).

17 - سليمان عامر (2020)، «أشد الأوبئة فتكا في التاريخ. كيف تصدى لها العالم» مأخوذ من صفحة (TRTarabic) عربي آذار 2020 (آخر زيارة للموقع 9/2/2022).

https://www.trtarabi.com/explainers

18 - محمد فايز الحسني (2020)، التحول الرقمي في زمن كورونا، الميادين نت (آخر زيارة للموقع 11/3/2022).

https://www.almayadeen.net/articles/blog/1442368

19 - نهى النحاس (2020) نون بوست (noonpost.com) (آخر زيارة للموقع 22/1/2022).

https://www.noonpost.com/content/37149

20 - يمن حلاق (2020)، استخدمه المسلمون ومسيحيو القرون الوسطى، تاريخ الحجر الصحي منذ القدم حتى يومنا هذا مأخوذ من عربي بوست (arabicpost.net) (آخر زيارة للموقع 11/3/2022).

https://arabicpost.net

21 - كورونا.. هل تصبح التجارة الإلكترونية والتكنولوجيا الرابح الأكبر؟(22/3/2020) (آخر زيارة للموقع:9/3/2022).

https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2020/3/22

22 - بسبب جائحة «كوفيد 19». استبيان للإعلاميين يؤكد ضرورة تسريع التحول الرقمي (هاتلان ميديا 25/6/2020) (آخر زيارة للموقع 12/3/2022).

http://hattlan.com/uae-media-covid-19-prompts-industry-for-rapid-digital-transformation/?lang=ar

23 - Edgar Morin, le monde7 juillet2020 (Consulté le 11/3/2022)

https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/04/19/edgar-morin-la-crise-due-au-coronavirus-devrait-ouvrir-nos-esprits-depuis-longtemps-confines-sur-l-immediat_6037066_3232.html/

24 - Caroline Lacroix (2020), Une crise dans la crise : comment les journalistes perçoivent-ils leurs rôles et leur avenir en temps de pandémie ? Université de Sherbrooke et Radio-Canada Marie-Eve Carignan, Université de Sherbrooke (Consulté le 12/3/2022)

https://cahiersdujournalisme.org/V2N5/CaJ-2.5-R003.html

تقييم أداء تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي
في إطار حملات الضّغط والتّعبير عن الرّأي
تطبيق فايسبوك خلال الحرب على غزة 2021

أ. هلا نجيب الخطيب

الجامعة اللّبنانيّة

Abstract:

The impact of social media can be extending by the performance of its platforms and the development in the communication network technology.

After Facebook and social media platforms limit posts about Palestine and have been accusing of censorship, and many violations of Palestinian social media content, A social media campaign by pro-Palestine activists has been coordinated to downgrade Facebook's application review ratings to protest the company's alleged censorship of Palestinian accounts and posts during the Israel-Gazza conflict in May 2021.

This paper is trying to give answers about:

- Ranking applications in Google Play Store, and the meaning of low rating and its implications.
- The Facebook's app ratings campaign results and impact.

The data was collected through non-profit centers specialized in protecting Palestinian content through social media platforms, by documenting inappropriate censorship of social media content which supports the rights of Palestinians by social media platforms: 7amleh - The Arab Center for the Advancement of Social Media, and The digital rights group Sada Social.

After Facebook has been affected by financial losses, and a decline in advertising sales, due to the reputational damage, beside user trust is dropping considerably. The Facebook’s app ratings review campaign works by putting pressure on Facebook, and push the company to apologize for what it referred to a technical issue, or as a result of algorithmic decisions.

مقدّمة:

تميّز مطلع القرن الحادي والعشرين بوسائل إعلام جديدة، مع انتشار البث التّلفزيوني الفضائي والأنترنت، واستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية الدخول إلى كل بيت، والوصول إلى كل فرد تقريبًا على وجه الأرض، ليصبح التفاعل الاجتماعي- الإعلامي أكبر من أي وقت مضى عبر التاريخ.

إذ «يعيش الفرد اليوم وسط غابة من وسائل الإعلام. فهناك حوالي 11800 قناة فضائية تلفزيونية مفتوحة، وحوالي 44 ألف إذاعة، وحوالي مليار موقع أنترنت، و3 مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي (فايسبوك وتويتر وغيرهما) و3 مليار هاتف خليوي، منها 2 مليار هاتف ذكي حول العالم» (الزين، 2018). وأصبح تدفّق الأخبار ومن أي نوع كان، ولأي مصدر انتمى متاحًا لجميع الأفراد والمجتمعات، وبخدمة فورية ولغات متعدّدة. وأصبح من السهولة بمكان أن يطّلع كل طرف على وسائل إعلام خصمه أو عدوه المكتوبة والمسموعة والمرئية كل لحظة بلحظتها، عبر البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني، وعبر مواقع الأنترنت الخاصة بالصحافة الورقية أو الصحافة الإلكترونية وغيرها.

أدّى تصاعد التفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي إلى جعل المجتمع منكشفًا بثقافته وتوجهاته ولا يحتاج الأمر إلى جهود كبيرة لفهمه. و«أصبحت العمليات النفسية تدخل في نسيج المجتمع بصورة تلقائية وغير محسوسة مستغلة التناقضات، والاختلافات، والفروقات في المجتمع لإثارة توترات داخلية أو لإعادة تشكيل اتجاهات وقيم الرأي العام بما يتناسب مع أهداف ومصالح أطراف أخرى» (حفناوي، 2015).

وأصبح كلّ فرد على وجه الكرة الأرضية مراسلاً متنقلاً يستطيع عند أي حدث أمامه التقاط صور مباشرة ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت لتصل إلى

أقاصي العالم بلحظات معدودة، كما نستطيع الملاحظة إزاء الكثير من الأحداث.

انجرف العالم أجمع في تيار الإعلام الاجتماعي المُطرد. أما تسمية الإعلام الاجتماعي فلقد تكرست كتسمية لتطور تكنولوجيا الاتصالات.

إنّ قوة وسائل الإعلام الاجتماعي، لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها، والتي تسمح لكل من المرسل والمتلقي بتبادل أدوار العملية الاتصاليّة، ولكنها أحدثت أيضًا ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط، والذي يشمل النّصوص، والصّور والصّوت، والفيديو.

هذه الخصائص وسواها دفعت الجميع، أفرادًا، وشركات، ومنظمات غير ربحية، وحكومات، إلى السعي للإفادة من تلك الوسائل الجديدة، التي استطاعت خلال فترة زمنية قصيرة، إحداث الكثير من التأثيرات المذهلة على المستويات السياسية، والتجارية، والاجتماعية، والتقنية، حيث برز تنافس العديد من شبكات التّواصل الاجتماعي مثل فايسبوك وتويتر ويوتيوب والمدونات وغيرها؛ بالإضافة إلى الانتشار الكبير للهواتف الذّكية والأجهزة اللّوحية، الّتي كان لها جميعها تأثيرات كبيرة لا يمكن تجاهلها.

شكّلت الشّبكات الكبرى مثل فايسبوك، وتويتر، وانستغرام، والمدوّنات الشّخصيّة وسواها قنوات بالغة التّأثير، حتى أنّ الشخصيات التي تمتلك عددًا كبيرا من المتابعين أصبحوا يُسمون «مؤثرين» Influencers، من الأطعمة والأزياء والرياضة إلى المؤثرين في الأدب، والعلم، والتجارة، والبورصة، والاقتصاد، والسياسة، وشؤون الحياة كافّة.

لقد أتاحت وسائل الاتصال هذه لشعوب المنطقة العربية خصوصًا، فرصا لم يألفوها من قبل في التعبير عن آرائهم، وحشد وتنظيم صفوفهم للثورة، ليس فقط على الأنظمة الحاكمة في بلدانهم، ولكن أيضًا على أمور أخرى تطال حياتهم، مثل غلاء الأسعار، أو العنف الأسري، وحقوق الإنسان، أو محاربة الفساد، وغيرها من القضايا، أسهمت تلك الشبكات في تحريكها والنجاح في تغييرها أو تحسين أدائها.

لم يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على المطالبات الشعبية بالتغيير، لكنها أصبحت منصات هامة أساسية، تستخدمها الشركات التجارية للتسويق لسلعها وخدماتها، وللتواصل مع العملاء بشكل آني وفعال وقليل التكلفة، ناهيك عن استخداماتها المتعددة والمؤثرة في المجالات التعليمية، في المدارس والجامعات، والمكتبات، والتعليم

عن بعد الذي أصبح ضرورة مع انتشار وباء كوفيد 19 مع مطلع عام 2020؛ على الرّغم من أنّ أول ما قد يتبادر إلى الذهن هذه الأيام، عند الحديث عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، هو تأثيراتها السياسية، والدور الذي قامت به في تحريك الثورات في العالم العربي الّتي سُميَت بالرّبيع العربي.

إلّا أنّ هذه الدّراسة تهدف إلى إلقاء الضّوء، على مدى التزام شبكات التّواصل الاجتماعي، وتحديدًا فايسبوك، بقواعد الإعلام الاجتماعي كوسيلة اتّصاليّة تُسهّل مشاركة المعلومات ونشرها، وتكريسها لحق التّعبير عن الرّأي من دون تحيّز، وكيفية تقييم الجمهور لأدائها، خصوصًا فيما يتعلّق بإجراءات الحظر الّتي اعتمدها فايسبوك في أثناء الحرب على غزة، وعدم احترامه لحق الشّعب الفلسطيني في التّعبير عن الاضطهاد الّذي يتعرّض له، ما أدّى إلى حراك مطلبي تجاوز النّشطاء الفلسطينيين وغيرهم من الدّاعمين للقضية الفلسطينيّة، والمدافعين عن الحقوق الرّقميّة؛ بالإضافة إلى الدّولة الفلسطينيّة، تمثّل بداية في تقديم الشّكاوى ضدّ شركة فايسبوك، ودعوات المقاطعة، وأخيرًا في تنظيم حملة دعائية لتخفيض عدد النّجوم الّتي تُعبّر عن الجودة والنّوعيّة ورضا المستهلك لتطبيق فايسبوك في متجر غوغل بلاي، وكتابة التّعليقات السّلبيّة الرّافضة للإجراءات التّعسفيّة بحقّ القضيّة الفلسطينية، وللضغط باتجاه رفع الحظر عن المحتوى الفلسطيني.

حاولنا في هذه الورقة البحثية تبيان أثر الدّعاية الّتي قام بها المستخدمون لتخفيض ترتيب تقييم فايسبوك على قرار الشّركة في إعادة النّظر ومراجعة إجراءات الحظر ونشر ما يتعلّق بغزة، بما يجيب عن التّساؤلات التّالية:

1 - ما أهمّ عناصر ترتيب التّطبيقات في متجر غوغل بلاي الإلكتروني؟

2 - ما انعكاسات انخفاض تقييم التّطبيقات؟

3 - ما الدّوافع للقيام بحملة تخفيض تقييم تطبيق فايسبوك؟

4 - كيف انعكست حملة تقييم فايسبوك بنجمة واحدة على شركة فايسبوك؟

5 - هل أسهمت حملة تقييم فايسبوك بنجمة واحدة في إعادة نظر الشّركة بالمحتوى المحظور؟

وفقا للفرضيّات التالية:

1 - يشكّل رضا المستخدمين أهم عناصر ترتيب التّطبيقات في متجر غوغل بلاي.

2 - إنّ انخفاض تقييم تطبيق معيّن إلى نجمة واحدة يدفع بغوغل إلى إهماله وعدم ترشيحه او اقتراحه.

3 - إنّ التّطبيق المتحيّز لسياسات النّشر والحظر على موقع فايسبوك كان السّبب الأساس في تنظيم الحملة الدّعائية لتخفيض التّقييم في متجر غوغل بلاي.

4 - إنّ تراجع التّقييم يؤثّر ماديًّا ومعنويًّا على الشّركة المالكة للتطبيق.

5 - اعتمدت حملة تقييم فايسبوك بنجمة واحدة أسلوبًا ضاغطًا أسهم في مراجعة إجراءات الحظر والتّدقيق لمعالجة الأخطاء المُحتملة في التّنفيذ.

كان لا بدّ في بداية هذه الورقة البحثية من تناول الإجراءات المتّبعة من قبل شركة فايسبوك، الّتي أدّت إلى حظر المنشورات والمحتويات المتعلّقة بالحرب على غزة، والمُناصرة للقضية الفلسطينية كدراسة حالة، إذ حذفت منصّة فايسبوك منشورات قام بنشرها صحفيون فلسطينيون، رصدوا انتهاكات إسرائيلية ضدّ الشّعب الفلسطيني؛ علمًا أنّ النّاشرين كانوا قد راعوا القواعد والتّعليمات المنشورة ضمن دليل فايسبوك، حتّى أنّ المحتوى المحذوف بحسب النّاشطين لم يكن يحتوي على منشورات تحضّ على الكراهية أو العنصرية أو على الصّور الممنوع نشرها.

كما تناولت هذه الورقة الحملة الدّعائية الّتي قام بها الجمهور المناصر للقضية الفلسطينية لتخفيض تقييم موقع فايسبوك في متجر غوغل بلاي، للضغط باتّجاه رفع الحظر عن المحتوى المتعلّق بالاعتداء على غزّة.

اعتمدت دراسة الحالة على جمع الأدلّة والبيانات، من مراكز مختصّة في حماية المحتوى الفلسطيني عبر منصّات التّواصل الاجتماعي وهي: مركز صدى سوشال، ومركز حملة - المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي.

تقوم هذه المراكز برصد الانتهاكات الّتي يتعرّض لها المحتوى الفلسطيني وتوثّقها، وبمناصرة الحقوق الرّقمية الفلسطينية، وتقديم الدّعم للحملات الرقميّة، وتكشف عن تطبيق سياسات النّشر والحظر على منصة فايسبوك من منطلق سياسي منحاز لإسرائيل ومناهض للقضية الفلسطينية، من خلال تطبيق الإجراءات بطريقة تعسّفية غير خاضعة للتدقيق والمُراجعة.

1 - تقييم التّطبيقات وترتيبها وتصنيفها في المتاجر الإلكترونيّة

يقيّم المستخدمون تطبيقات الهواتف الذّكيّة في متجر غوغل بناءً على أدائها وخدماتها؛ ويتمّ استخدام تقييمات المحتوى للإبلاغ عن احتمال وجود محتوى غير مقبول داخل التّطبيق، أو بهدف حظر المحتوى أو فلترته في مناطق معيّنة، أو للتّوجّه إلى مستخدمين محدّدين. وقد تُستخدم تقييمات المحتوى لوصف الحدّ الأدنى من العمر المناسب للاطّلاع على محتوى التّطبيقات، أو لوصف سبب حصول التّطبيق على تقييمه سلبيًّا كان أم إيجابيًّا. وقد تشمل صفحة تفاصيل التّطبيق إمكانية التّفاعل بين المستخدمين

(Google Play Developer Distribution Agreement, 2020)

يتمّ تناول «سياسات تطوير البرامج» في غوغل بلاي، للتبليغ عن مشاكل أو مخالفات المحتوى، الّتي تعمل على ضمان عدم تعريض الأطفال لأي محتوى جنسي غير ملائم، أو التّشجيع على أنشطة ضارّة وخطيرة، أو التّرويج لصور سلبيّة عن الجسم أو الذّات؛ كما تعمل على عدم السّماح بالتّرويج للعنف أو التّحريض على الكراهية ضدّ الأفراد أو الجماعات على أساس أي خاصيّة ترتبط بالتّمييز أو التّهميش، من حيث العِرق أو الدّين أو الإعاقة أو السّن أو الجنسية، أو التّطبيقات الّتي تعرض المستخدمين لمنتجات وخدمات ماليّة خادعة، أو النّشاطات غير القانونيّة، كبيع وشراء الأدوية المحظورة أو المخدرات؛ كما يمنع غوغل بلاي التّطبيقات الّتي تروّج لمواد غير معتمدة أو تبيعها، بصرف النّظر عن أي ادّعاءات قانونيّة

(Google Play Developer Distribution Agreement.2020).

أمّا فيما يتعلّق بالتّطبيقات الّتي تسمح بتعميم المحتوى الخاص بالمستخدمين، فتتطلّب قبول المستخدمين بشروط استخدام التّطبيق أو سياسة المستخدم قبل أن يتمكّن المستخدمون من إنشاء أو تحميل المحتوى الخاص بهم، من حيث تعريف المحتوى المقبول والسّلوكيات المرفوضة، ومن خلال الإشراف على المحتوى الّذي يتمّ تحميله، وتوفير نظام داخل التّطبيق للإبلاغ عن المحتوى المرفوض واتّخاذ الإجراءات اللّازمة عند الاقتضاء، من إزالة المحتوى وحظر المستخدمين الذين ينتهكون شروط الاستخدام، وإزالة التّطبيقات الّتي يتمثّل غرضها الأساسي باستضافة هذه المحتويات المرفوضة، وتتضمّن هذه السّياسات المُلكيّة الفكريّة، وسياسة الخصوصيّة، وعدم استخدام أعمال الآخرين بطريقة غير عادلة (Inappropriate Content, google play).

تهدف المنافسة داخل متجر التّطبيقات- في الحصول على المرتبة الأولى في الصّفحة الرّئيسة للمتجر- إلى كسب المزيد من التّحميلات للتطبيق. ويشكّل رضا المستخدمين عن التّطبيق أحد أهمّ المعايير الّتي تعتمد عليها غوغل لترتيب التّطبيقات في المتجر؛ فإن تقييم التّطبيق من خلال إعطائه خمس نجوم على المتجر يزيد من ظهوره في نتائج البحث أو اقتراح غوغل له (طعامنه، 2021).

قرّرت الشّركة إجراء التّعديلات على متجر غوغل بلاي لتجنب أي حملات تقييم سلبيّة للتطبيقات، حيث سبق أن طالبتها شركة فايسبوك بحذف التّقييمات من المتجر، بعد حملات التّقييم السّلبيّة المتدنية جدًّا الّتي واجهتها على تطبيقاتها المختلفة بسبب سياستها المزدوجة في مراقبة المحتوى (محمود، 2021).

تتمثّل هذه التّعديلات الّتي كانت تنوي البدء بتطبيقها في بداية العام 2022، بعرض تقييم التّطبيقات بشكل محدّد، وفقًا للموقع الجغرافي ونوع الجهاز المستخدم، ليتمّ بذلك تغيير طريقة العرض وإظهار التقييم في كل مكان جغرافي بشكل مختلف بحسب تقييم الجمهور في تلك المنطقة أو البلد؛ كما أنّ اختلاف نوع الهاتف سيؤدّي إلى ظهور تقييم مختلف، خصوصًا أنّ التقييمات ستظهر وفقًا للمستخدمين مع النوع ذاته من الهاتف (محمود، 2021).

وتقتضي ثقافة استخدام التّطبيقات بالاطّلاع على قسم التّطبيقات، ومراجعة آراء المستخدمين حول التّطبيق، ومعرفة تفاصيل آرائهم ومراجعاتهم وعدد النّجمات الّتي حصل عليه في أثناء التّقييم، قبل القيام بتحميل تطبيق معيّن من المتجر، فأنّ التّقييم بعد الاستخدام هو واجب على المستخدمين بهدف تحسينه أو التّحذير منه (أيوب، 2021).

تُعدّ التّقييمات الخاصة بالتّطبيقات أمرًا هامًّا لأي مستخدم قبل تنزيل التّطبيق، سواء كان يستخدم أندرويد أو آيفون، سينظر إلى التقييمات لفهم التّطبيق الّذي يبحث عنه، والّتي أسهمت في اتّخاذ القرار بتنزيله لهذا التّطبيق من عدمه. ويمتنع المستخدمون عن تنزيل التّطبيقات الجديدة الّتي تحمل تقييمات سيّئة خوفًا من المشاكل الّتي قد تسبّبها، وما يُمكّن المطوّرون في المقابل من الحصول على معلومات كافية حول التّقييمات لتطبيقاتهم بشكل عام (محمود، 2021).

أ ـ انخفاض التّقييم في المتجر إلى نجمة واحدة

لا يتمّ حذف التّطبيق من المتجر إذا انخفض تقييمه إلى نجمة واحدة تلقائيًّا، إلّا إذا تمّ ارتكاب بعض الانتهاكات من قبل مطوّري التّطبيقات على المتجر الخاص بغوغل، كتعارض محتوى التّطبيق مع وصفه في غوغل بلاي، أو في حال تمّ وضع كلمات وصفيّة للتطبيق مختلفة عن مضمونه، أو إذا ما تمّ العثور على فايروس أو برنامج ضار في التّطبيق (طعامنه، 2021). أمّا إذا تكرّر تقييم تطبيق ما بنجمة واحدة مع عدد من المستخدمين، فأنّ غوغل سيقوم بإهمال هذا التّطبيق بعدم اقتراحه على أحد، من دون حذفه.

وعندما وصل تقييم تطبيق «تيك توك» إلى نجمة واحدة على متجر غوغل بلاي في العام 2020، جرّاء حملة تقييم نجمة واحدة من جميع المستخدمين في الهند، قامت غوغل بعد فترة غير طويلة بحذف جميع تقييمات تلك الحملة من دون أي تبرير عن الحذف (طعامنه، 2021).

ويعتقد خبير تكنولوجيا المعلومات وليد حجاج، بأنّ التّقييم السّلبي للتطبيق يؤثّر بشكل قوي، من خلال قواعد ومعايير منظّمة، ففي حال تراجع تقييم التّطبيق إلى نجمة واحدة يتمّ حذفه من المتجر بغض النّظر عمّا إذا كانت شركة كبيرة أو صغيرة (فرج، 2021).

لكنّ الأمر يختلف مع تطبيق فايسبوك المعروف في جميع أنحاء العالم، فأنّ ترشيح هذا التّطبيق أو اقتراحه على المستخدمين غير مرتبط بالتقييمات. فالمستخدمون هم مَن يبحثون عن تطبيق فايسبوك وليس غوغل من يقترحه عليهم، بحيث يتطلب التّأثير بشكل حقيقي على الشّركة من خلال حملة واسعة ومقاطعة شاملة، لكل ما يتعلق بشركة فايسبوك، من تطبيقات، ومواقع، ومنتجات، ومن خلال تسجيل الخروج وحذف التّطبيق بشكل كامل من الهاتف (طعامنه، 2021).

ب ـ التّقييم، وسعر أسهم التّطبيقات.

تتأثّر أسهم الشّركات بكثير من العوامل الاقتصاديّة العالميّة، والظّروف الّتي يمرّ بها العالم على مدار العام صعودًا وهبوطًا، فيجد بعض المحلّلين الاقتصاديين أنّ انخفاض التّقييمات عن موقعي فايسبوك وتويتر على متجر تطبيقات أبّل ستور وبلاي ستور لا يعطي أيّ تأثير على الأسهم التّجارية، مع ربط التّقييمات بمدى التزام التّطبيقات الموجودة على هذا المتجر بشروط وسياسة الاستخدام، والتي تخضع بشكل مستمرّ لمراقبة المحتوى (طعامنه، 2021).

في المقابل، يرى الخبير والمدوّن في مجال تكنولوجيا المعلومات ومنصّات التّسويق الإلكتروني يزن الصوالحة، أنّ التّقييمات السّيئة ستؤثر في سعر التّداول لأسهم الشّركة، ما سيؤدي إلى خسائر ماديّة مع انخفاض سعر أسهم الشّركة في البورصات العالميّة (سناجلة، 2021).

ج- التّقييم والإعلانات المموّلة

يتمثّل العائد المالي الأكبر لفايسبوك في الإعلانات المُموّلة للمستخدمين، ولا يفرض تطبيق فايسبوك رسومًا على المستخدمين مقابل استخدامه أو استخدام المنتجات أو الخدمات الّتي يقدّمها؛ في المقابل، يتمّ تمويله من خلال أموال إعلانات الشركات والمؤسسات عن منتجاتها وخدماتها (طعامنه، 2021).

تستخدم شركة فايسبوك البيانات الشّخصيّة، من دون مشاركة الاسم أو معلومات الاتّصال، ومن دون الحصول على الإذن المسبق، للمساعدة في تحديد الإعلانات الّتي يتمّ عرضها، ذات الصّلة بالمستخدمين واهتماماتهم. وتوضّح سياسة البيانات الخاصّة بفايسبوك كيفيّة جمع البيانات واستخدامها لتحديد بعض الإعلانات التي نراها. كما تسمح الإعدادات الخاصة بتحديد خيارات الخصوصيّة حول كيفيّة استخدام فايسبوك لهذه البيانات. أمّا من جهة المعلنين، فيتمّ تحديد نوع الجمهور المستهدف، ويقدّم فايسبوك تقاريره لهم حول أداء الإعلانات، الّتي تساعدهم على فهم كيفية تفاعل الأشخاص مع المحتوى المُعلن عنه (facebook page).

ويرى خبير أمن المعلومات، وليد حجاج، أنّ تراجع التّقييم يدفع بدوره إلى تراجع الإعلانات وحجمها على تلك التّطبيقات والمنصّات؛ بالتّالي، يؤثّر على أرباح الشّركات، ويدفع بالمعلنين إلى اللّجوء لمنصات أخرى بديلة، حيث تتواجد الفئات ذات القوة الشّرائية من المستخدمين (فرج، 2021).

2 - شروط فايسبوك وسياستها

يفرض فايسبوك على المستخدمين الالتزام ببعض الشّروط الّتي تتيح الاستفادة من التّطبيق بما لا يتعارض مع مجتمعه، لبناء مجتمع أكثر أمانًا ومسؤوليّة في التّعبير عن الآراء. فيجب على المستخدمين الالتزام بتقديم المعلومات الدّقيقة المتعلّقة بالحساب والمنشورات الخاصّة؛ كذلك، عدم استخدام التّطبيق لمن لم يتجاوز الـ 13 عامًّا، أو مَن تمّت إدانته بارتكاب جريمة جنسيّة، أو من سبق أن تمّ تعطيل حسابه لانتهاكه الشّروط

والسّياسات، أو من تفرض عليه القوانين عدم الاستفادة من منتجات وخدمات فايسبوك (Facebook page, legal terms, 2021).

ويقوم فايسبوك بإزالة أو تقييد الوصول إلى المحتوى، أو إلى الخدمات والمعلومات، كإجراء ضروري لتجنب أو تخفيف الأثر السّلبي للإجراءات القانونيّة والتّنظيميّة على التّطبيق، في حال عدم الالتزام بالشّروط والسّياسات المُعتمدة.

ويتمّ طرح خيارات المراجعة، وفقًا لطبيعة الانتهاك وتكراره، ومدى تعرّضه للآخرين والضّرر الّذي سبّبه من خلال تشغيل خدمات وأنظمة ومنتجات فايسبوك، ونوع المسؤوليّة القانونيّة المُترتّبة على ذلك. ويُشجّع فايسبوك المستخدمين على الإبلاغ عن أي محتوى أو سلوك ينتهك حقوقهم أو الشّروط والسّياسات المعتمدة في التّطبيق.

ويبقى المحتوى المحذوف موجودًا ضمن أنظمة فايسبوك، قبل أن يُحذف بالكامل في غضون 90 يومًا كحد أقصى من وقت حذفه؛ حيث يتمّ الاحتفاظ بالمحتوى لمدة أطول لأهداف عديدة، منها: تحديد النّشاط غير القانوني أو الانتهاكات الّتي مسّت شروط فايسبوك وسياساته، وأدّت إلى سوء استخدام منتجات فايسبوك أو الأنظمة الخاصّة به، أو الامتثال لطلب من السّلطة القضائيّة أو الإداريّة أو الحكوميّة للحفاظ على الأدلّة. فيبقى التّرخيص بالتّخزين والنّسخ والمشاركة ساري المفعول، ويتيح استخدام المحتوى من قبل الآخرين (Facebook page, legal terms, 2021) .

أ - نظريّة حارس البوابة

طوّر «كيرت ليون» نظريّة حراس البوابة الإعلاميّة Gatekepers في العام 1977، الّتي تنصّ على أنّ الرّسالة الإعلاميّة تقطع مجموعة حواجز تفتيش وتمحيص وتدقيق قبل أن تصل إلى الجمهور المستهدف، تمرّ خلالها الأخبار والمعلومات وفقًا لتصريحات يصدرها «حراس البوابة»، الذين يملكون سلطة تقييم محتوى الإعلام، وتحديد علاقته وقيمته بالنّسبة إلى جمهور المتلقين، واتّخاذ القرار فيما سيمرّ من خلال بواباتهم وكيف سيمرّ، عبر ممارسة وظائفهم المختلفة والمتعددة، الّتي تخوّلهم التّحكّم بالموضوعات ونشرها أو إهمالها، وفتح البوابة أو إغلاقها أمام أي رسالة (الدليمي، 2016).

كما تتأثّر هذه العمليّة بالقوى المُحيطة بحارس البوابة، فتؤثّر قيم المجتمع وتقاليده على القائمين بالاتصال، وتفرض عليهم الأنظمة السّياسيّة والاقتصاديّة والاجتماعيّة مجموعة من الإيديولوجيات، الّتي ينتج عنها عددًا من الإجراءات التّنفيذية الّتي تستهدف

المجتمع، وتفرض منطقًا معينًا في إنتاج وتحرير المواد الإعلاميّة من خلال أجهزة الإعلام والمؤسّسات الإعلاميّة (الدليمي، 2016).

وأتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتّصال للفرد التّعرّض للمضامين، من دون الحاجة إلى فلترة القائم بالاتّصال أو حارس البوابة، وتحوّل الجمهور من متلقي للأحداث إلى صانع لها ومؤثّرا فيها وصولا إلى ممارسة بعض أدوار حارس البوابة، عن طريق تجاهله بعض الأحداث وتركيزه على أخرى (الدعمي، 2016)

ويُشكّل موقع التّواصل الاجتماعي فايسبوك خير مثال عن حارس البوابة، الّذي يقوم بفلترة مضمون المنشورات من صور وفيديوهات، اعتمادًا على موافقة المستخدمين المبدئية على اللائحة الصّادرة عن موقع فايسبوك فيما خصّ سياسات الاستخدام (Powtoon) .

ب - تطبيق القواعد الإرشادية

إنّ القيام بتنزيل تطبيق فايسبوك واستخدامه، يتطلّب منح الإذن لتنزيل التّحديثات وتثبيتها على البرنامج حيثما كان ذلك متاحًا. وكذلك، فإنّ الاستفادة من الخدمات الّتي يقدّمها فايسبوك، من تحميل للمحتويات المحميّة بموجب حقوق الملكية الفكريّة، من منشورات وصور ومقاطع فيديو، والقيام بمشاركتها، يتطلّب منح التّطبيق الإذن المسبق من قبل مستخدمي فايسبوك، بهدف توفير المنتجات والخدمات الخاصّة بفايسبوك وتطويرها تقنيًّا. فيتيح التّرخيص تخزين المحتوى ونسخه ومشاركته مع الآخرين بما يتوافق مع الإعدادات المُحدّدة مسبقًا، وينتهي هذا التّرخيص مع حذف المحتوى بالكامل من أنظمة فايسبوك (Facebook page, legal terms، 2021).

كما يسمح فايسبوك بمشاركة المحتوى الذي لا يتعارض مع أمن وراحة وسلامة الآخرين في المجتمع، ويفرض الالتزام بعدم الانخراط أو تسهيل مشاركة ما ينتهك شروط ومعايير مجتمع فايسبوك وسياسات الاستخدام فيه، من حيث انتهاك حقوق الآخرين وحقوق الملكية الفكرية، أو تحميل الفيروسات أو البرمجيّات الضّارة الّتي تؤثّر على جودة الخدمات أو تعطلها، أو محاولة الوصول إلى البيانات من دون إذن مسبق (Facebook page, legal terms، 2021).

يقدّم فايسبوك قواعد واضحة للحدّ أو لتجنب الخلافات مع المستخدمين. وفي حال حصل نزاع، يتم تطبيق قوانين البلد الّذي يقيم فيه المستهلك، في أي مطالبة أو سبب

دعوى أو نزاع ضد شركة فايسبوك، ينشأ أو يتعلق بالشّروط المعتمدة أو المنتجات، وبالإمكان حلّ الدّعوى في أي محكمة مُختصّة في ذلك البلد، لها ولاية قضائيّة على الدّعوى. في جميع الحالات الأخرى، يوافق المستخدم على وجوب حلّ الدّعوى حصريًا في محكمة المقاطعة الأميركيّة للمنطقة الشماليّة من كاليفورنيا أو محكمة الولاية الواقعة في مقاطعة سان ماتيو، وعلى الخضوع للاختصاص القضائي الشّخصي لأي من هاتين المحكمتين لغرض التّقاضي بشأن أيّ مطالبة من هذا القبيل.

(Facebook page, legal terms2021) .

وتتضمّن الاتّفاقية بين المستخدم وبين شركة فايسبوك، شروطًا مُحدّدة، معروفة باسم بيان الحقوق والمسؤوليّات فيما يتعلق باستخدام منتجات الشّركة. وتخضع بعض المنتجات الّتي يقدّمها فايسبوك أيضًا لشروط تكميليّة، تصبح جزءًا من الاتفاقيّة الأساسيّة. فهناك شروط تجاريّة خاصّة بفايسبوك في حال استخدامه لأغراض تجاريّة، كشراء الإعلانات أو بيع المنتجات أو تطوير التّطبيقات أو إدارة مجموعة أو صفحة لشركة ما أو استخدام خدمات القياس الخاصة به (Facebook page, legal terms، 2021).

بالتّالي، يقدم فايسبوك منتجاته مع تحديد إرشادات واضحة لكلّ من يستخدمها، ويحصر مسؤوليته بالحدود القانونيّة، من دون أيّ ضمانة صريحة أو ضمنيّة بأنّها ستكون دائمًا آمنة أو خالية من الأخطاء، أو غير مُعرّضة للانتهاك أو أنّها ستعمل من دون انقطاع أو تأخير أو عيوب. ولا يتحمّل فايسبوك المسؤوليّة عن أي أضرار عرضيّة ناشئة أو متعلقة بشروط التّطبيق أو منتجاته، أو ناتجة عن أفعال أو سلوك المستخدمين أو أي محتوى مرفوض أو غير لائق يشاركونه.

ج ـ سياسات النّشر والحظر

تتغنّى شركة فايسبوك بالحياد، وبتطبيق معايير مجتمع فايسبوك على الجميع، في جميع أنحاء العالم، وعلى جميع أنواع المحتوى، لتحديد ما هو مسموح وما هو غير مسموح للنشر. وتشير إلى أنّها تقوم بتطوير معايير الاستخدام الخاصّة بفايسبوك، استنادًا إلى ردود فعل النّاس ونصائح الخبراء في مجالات التّكنولوجيا والسّلامة العامّة وحقوق الإنسان، الّتي تشتمل على وجهات النّظر والمعتقدات المختلفة، خصوصًا من الأشخاص والمجتمعات التي قد يتمّ تجاهلها أو تهميشها.

(Facebook page, legal terms2021).

ويجيز فايسبوك تعليق الوصول إلى الحسابات أو تعطيلها بشكل دائم، في حال خرق الشّروط أو السّياسات الخاصّة بالتّطبيق، بما يتعارض مع معايير مجتمع فايسبوك ويضرّ به، وبما يهدّد سلامة تشغيل الخدمات أو الأنظمة أو المنتجات، وفي حال انتهاك الملكية الفكرية للآخرين أو لأسباب قانونيّة. ويتيح فايسبوك خيار المراجعة إذا تمّ تعطيل الحساب عن طريق الخطأ.

إنّ الهدف الأساس وفقًا لفايسبوك، هو في خلق مكان للتعبير بحريّة لأكثر من ملياري شخص، عبر البلدان والثقافات وعشرات اللّغات، إذ يجيز فايسبوك التّحدث بصراحة عن القضايا الّتي تهمّ المستخدمين، وفقًا للمعايير الّتي يفرضها التّطبيق على المنشورات، حتّى لو كان البعض قد يختلف معها أو يجدها مرفوضة؛ وقد يتغاضى فايسبوك عن بعض المحتويات الّتي تتعارض مع المعايير المعتمدة، وتتفق مع المعايير الدّولية لحقوق الإنسان وتخدم المصلحة العامة وتستحق النّشر.

يهدف فايسبوك إلى منع الضّرر المحتمل لتعبير بعض الأشخاص بطريقة تشكل تهديدًا أو دعوة إلى العنف بطرق غير مباشرة، فيعمل فايسبوك على إزالة اللّغة الّتي تحرّض على العنف الخطير أو تسهّله. فيقوم فايسبوك بإزالة المحتوى وتعطيل الحسابات والعمل مع جهات إنفاذ القانون، عندما يعتقد أنّ هناك خطرًا حقيقيًّا يتمثّل في حدوث ضرر جسدي أو تهديدات مباشرة للسلامة العامّة. ويحاول فايسبوك مراعاة اللّغة والسّياق من أجل التّمييز بين البيانات غير الرّسمية وبين المحتوى الذي يشكّل تهديدًا موثوقًا للسلامة العامّة أو الشّخصيّة، مع الأخذ بعين الاعتبار معلومات إضافيّة مثل الرّؤية العامّة للشخص والمخاطر التي تُهدّد سلامته الجسدية عند تحديد ما إذا كان التّهديد موثوقًا أم لا (Facebook page, legal terms، 2021).

ويبرر فايسبوك الحدّ من التّعبير بهدف خدمة إحدى أو جميع القيم التالية:

- المصداقية: للمساهمة في خلق بيئة أفضل للمشاركة، من خلال التأكّد أنّ المحتوى الذي يراه الأشخاص على فايسبوك أصليًا.
- السّلامة والأمان: في جعل فايسبوك مكانًا آمنًا، دون المحتوى الّذي يُهدّد الأشخاص أو يعمل على تخويفهم أو استبعادهم أو إسكاتهم.
- الخصوصيّة: في حماية المعلومات الشّخصيّة.

- الكرامة: من منطلق أنّ الجميع متساوون في الكرامة والحقوق، وعلى المحتوى احترام كرامة الآخرين وعدم مضايقتهم أو الحطّ من قدرهم.

1 - تطبيق فايسبوك في الحرب على غزة

أدّى موقع فايسبوك دورًا مهمًّا في الثّورات والحروب الّتي انطلقت بشكل خاص في المنطقة العربيّة، إلى جانب العديد من الاستخدامات، وكان أحيانًا الأداة الوحيدة التي استخدمتها الشّعوب لإيصال صوتها وصورتها إلى العالم، حتّى أنه ساهم في الإطاحة بأنظمة، وإحداث تغيّرات كبيرة في المنطقة العربية، وهو ما عُرف بالرّبيع العربيّ.

تفاعل الفلسطينيون عبر مواقع التّواصل الاجتماعي مع العديد من الأحداث، وبشكل مكثّف مع قضاياهم بخاصّة في العام 2014، تزامنًا مع العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة. وتشير دراسة لمركز اي بوك للعام 2018 أنّ قرابة 88% من مستخدمي الأنترنت الفلسطينيين يستعملون فايسبوك حصرًا. ونتيجة لذلك تحاول إسرائيل بشكل مستمر محاصرة النّشاط الفلسطيني على فايسبوك لإزالة المحتوى الّذي لا يناسبها بحجة التّحريض الذي يمارسه الفلسطينيون ضدّ الإسرائيليين من خلال مواقع التّواصل الاجتماعي (الرفاعي، 2020) .

منح فايسبوك مساحة كبيرة للإسرائيليين، متغاضيًا عن تطبيق المعايير الخاصة بالمحتوى، حيث يتمّ كتابة منشور تحريضي ضدّ الفلسطينيين كلّ 66 ثانية وفق مركز «حملة» المختصّ بالإعلام الاجتماعي في الأراضي المحتلّة (حملة، 2019)

وعمد فايسبوك خلال الحرب على غزة في العام 2021، إلى تطبيق سياسات رقابيّة عديدة على المحتوى بما لا يتلاءم مع شروطها وسياساتها، نتج عنها إجراءات تنوّعت بين حظر المنشورات والحسابات الدّاعمة للقضيّة الفلسطينيّة، ومنع نشر التّعليقات وصولاً إلى حذفها وإخفائها. حيث ارتقت هذه الإجراءات برأي العديد من الجمعيّات الحقوقيّة إلى مستوى تدمير الأدلّة في توثيق جرائم الحرب، الّتي تراقبها المحكمة الجنائيّة الدّوليّة (الخنادق،2021).

أظهر تقرير المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي «حملة» في 21 مايو من العام 2021، بعنوان «العدوان على الحقوق الرّقميّة الفلسطينية»، حجم الانتهاكات الّتي تعرّضت له الحقوق الرّقميّة الفلسطينية في الفترة ما بين 6 و19 أيار / مايو 2021، حيث تنوّعت هذه الانتهاكات بين إزالة المحتوى، وحذف وتقييد الحسابات، وإخفاء

الأوسمة، بالإضافة إلى تقليل الوصول لمحتوى بعينه، وحذف المحتوى المؤرشف، وتقييد الوصول. ووثّق مركز «حملة» أكثر من 500 انتهاك بحقّ المحتوى الرّقمي الفلسطيني، 50 في المئة منها على منصّة «إنستغرام»، و35 في المئة على منصة «فايسبوك»، بينما وثق ما نسبته 11 في المئة من مجمل الحالات على منصّة «تويتر»، وواحد في المئة من الحالات على «تك توك»، بينما كانت ثلاثة في المئة الأخيرة من الحالات من دون معلومات كافية من المبلغين (حملة، 2020).

لم يتمّ إعطاء أو تحديد سبب الحذف أو التّعليق من قبل الشّركات في جزء كبير من الحالات، وتنوّعت الأسباب المقدّمة للحالات الأخرى بين خطاب كراهية، ومخالفة لمعايير المجتمع، وطلب إثبات هويّة (عتمه، 2021). في المقابل، سمحت المنصّات ببقاء الخطاب الإسرائيلي التّحريضي العنيف ضدّ العرب والفلسطينيين، الذي امتد أثره على أرض الواقع، وأدّى إلى قتل فلسطينيين وأذيّتهم. وتمّ رصد أكثر من 40 حالة من خطاب يحتوي دعوات إلى قتل الفلسطينيين والعرب والاعتداء عليهم، ما يؤكد أنّ شركات التّواصل لا تقوم بمراقبة خطاب الكراهية والمحتوى العنيف الموجّه ضدّ الفلسطينيين بفعاليّة (عتمه، 2021).

تشير الوقائع إلى أنّ هذه الإجراءات التّعسفية هي استمرار وتصاعد لمشكلة موجودة بالفعل منذ العام 2011، عندما استجابت شركة فايسبوك للضغوط الإسرائيلية واليهودية وخضعت لابتزازها، ومنعت صفحات الفلسطينيين الداعية لانتفاضة جديدة، بما في ذلك من خروج على المعايير المهنية، ومبادئ حريّة التّعبير (سكجها، 2011).

بحيث امتثل فايسبوك لـ 81% من طلبات إسرائيل لإزالة المحتوى الفلسطيني (الخندق،2021)، وفي مقال تمّ نشره في صحيفة «يديعوت أحرونوت»، طالبت المحامية الإسرائيلية نيتسن درشان، بفرض رقابة على المحتوى الفلسطيني والعربي معتبرة إياه مصدرًا من مصادر التّحريض على العنف، كما اتّهم مغردون إسرائيليّون شركات مواقع التّواصل بالتّهاون لوقف المحتوى الّذي يشجع على تنفيذ عمليّات مسلحة ضدّهم (عتمه، 2021) .

وطلب وزير العدل الإسرائيلي بيني غانتس، من مدير شركة فايسبوك عبر لقاء نُشرت تفاصيله في صحيفة «جيروزاليم بوست»، مساعدة بلاده من خلال حذف بعض المنشورات الّتي تُثار عبر وسائل التّواصل الاجتماعي، اعتبر أنّها قد تشجع على العنف

وتلحق الضّرر ببلده. ونشرت الصّحيفة تعهّد المسؤولين في الشّركة بالعمل بسرعة وفعالية لمنع التّحريض عبر التّطبيق، وفقًا لما ذكره موقع «ناشونال نيوز الإسرائيلي» (عتمه، 2021).

في المقابل، عقد رئيس الوزراء الفلسطيني، محمد اشتية، اجتماعًا مع رئيس الشّؤون العالميّة والاتّصالات في فايسبوك نيك كليغ، تمّ خلاله البحث في آليّات تعامل الشّركة مع المحتوى المناصر للقضيّة الفلسطينيّة، ووقف التّحريض عبر منصّات الشّركة (عتمه، 2021).

أ ـ حظر المنشورات وإزالة المحتويات

تصاعد التّوتر في حي الشّيخ جراح بعد إصدار محكمة إسرائيليّة حكمًا لصالح المستوطنين الذين يقولون أنّ الأسر الفلسطينيّة تقيم على أرض كانت مملوكة ليهود من قبل، وطعن الفلسطينيون في الحكم أمام المحكمة العليا الإسرائيليّة، انفجرت مواجهات وأعمال عنف بين الشّرطة الإسرائيليّة والفلسطينيين، مع محاولات طرد الفلسطينيين، أدّت إلى تفجّر صراع مسلّح بين إسرائيل والفصائل المسلّحة في غزة لمدة 11 يومًا في شهر أيّار من العام 2021.

واجهت منصّات التّواصل الاجتماعي اتّهامات بالرّقابة وتقييد المحتوى الفلسطيني، وأُثير لغط واسع حول معايير التّعامل مع المحتوى المرتبط بالصّراع الفلسطيني الإسرائيلي، بعد تعرّض العديد من الحسابات لحذف منشورات بعينها (فرج، 2021).

إذ عمدت شركة فايسبوك إلى إزالة محتويات وحظر وإغلاق عشرات الصّفحات الفلسطينيّة منذ العام 2016، وأطلق النّاشطون في فلسطين حملات مضادّة دعت لمقاطعة فايسبوك، وشملت توجيه رسائل إلى الإدارة في الشّرق الأوسط، وإطلاق حملات على مواقع التّواصل الأخرى للتعريف بالتّضييق الّذي يتعرّض له الفلسطينيون على موقع فايسبوك. ولاقت هذه الحملات رواجًا من ناشطي حقوق الإنسان في العالم، أدّت إلى تراجع فايسبوك عن خطواته التّعسّفية، وإطلاقه الوعود بإنصاف المحتوى الفلسطيني واحترام خصوصيته. إلّا أنّ فايسبوك لم يلتزم بهذه الوعود واستمر في سياسة الحظر، والمنع، وإغلاق الصّفحات وصولا إلى حذف المحتوى من الرّسائل الخاصّة بين المستخدمين.

ونشطت المراكز الّتي توثّق الانتهاكات الرّقمية، فوثّق مركز صدى سوشال أكثر من 770 انتهاكًا تعرّض له المحتوى الفلسطيني خلال شهر أيار/ مايو2021، وهي النّسبة الأعلى التي وثّقها المركز منذ سنوات، تصدّر فايسبوك الانتهاكات بواقع 350 انتهاكًا، وجاء بعده تويتر 250 انتهاكًا، إنستغرام 100 انتهاكًا، تيك توك 50 انتهاكًا، واتساب 20 رقمًا و10 انتهاكات على اليوتيوب، كما تنوّعت هذه الانتهاكات بين الحظر الكامل وتعليق بعض الميزات، وإغلاق تام للحسابات أو الصّفحات أو تقييد وصول المنشورات إلى الجمهور. واستنكر المركز تغاضي مواقع التّواصل الاجتماعي عن دعوات المستوطنين لحرق الأطفال واغتصاب النّساء الفلسطينيين، واعتبره تآمرًا جديدًا وضربة قاسية للشعب الفلسطيني (صدى سوشال، 2021).

واشتكى الكثير من مستخدمي فايسبوك من حذف محتواهم المتعلّق بالقضيّة الفلسطينيّة، بحيث حظّر تطبيق فايسبوك المنشورات جميعها، الصّور، والفيديوهات الّتي تسعى إلى نشر الوعي حول خطورة الأحداث الّتي تجري في حي الشيخ جراح، والّتي تنقل الحجم الهائل لانتهاكات حقوق الإنسان في هذا الحيّ وفي مدينة القدس عمومًا (الخنادق،2021).

وذكر موقع بزفيد نيوز BuzzFeed News أنّ تطبيق إنستغرام التّابع لشركة فايسبوك، قد أزال عن طريق الخطأ محتوى عن المسجد الأقصى في القدس، حيث اشتبكت شرطة الأمن الإسرائيليّة مع المصلّين في تلك الفترة. وأفادت رويترز بأنّ إنستغرام وتويتر ألقتا باللّوم على خلل تقني في حذف المنشورات الّتي تشير إلى احتمال إخلاء الفلسطينيين من القدس الشّرقية (الجزيرة،2021). كما وثّقت منظمة «أكسيس ناو»- الّتي تدافع عن الحقوق الرّقميّة - أمثلة كثيرة على تقييد تطبيقات فايسبوك وتويتر وإنستغرام، لاستخدام اسم «المسجد الأقصى» (الجزيرة مباشر،2021).

ونتيجة استمرار التّضييق على المحتويات الرّقمية المناصرة للقضيّة الفلسطينية، تمّ اللّجوء إلى أساليب بديلة، كاعتماد ترتيب مختلف للكلمات، أو الكتابة العربيّة من دون تنقيط لتجاوز خوارزميات مواقع التّواصل، أو الكتابة بأحرف متقطعة، أو كتابة الكلمات ذاتها بالعربيّة مع اقتطاع أو حذف الحرف الأوسط وكتابته بالإنجليزيّة (عتمه، 2021)

وأعلن موقع إنستغرام التّابع لشركة فايسبوك، عن إلغاء إجراءات الحظر ضدّ الحسابات الّتي رُصدت، وبرّر مسؤول في موقع تويتر الإجراءات الّتي تمّ اتّخاذها بحقّ عدد من الحسابات عن طريق الخطأ، من خلال الأنظمة الآليّة المبرمجة من دون تدّخل

العنصر البشري في مراجعة المحتوى (عتمه، 2021).

ب - حظر الحسابات ومنع الصّفحات

تمّ تقييد العديد من حسابات المستخدمين العاديين وبعض الشّخصيّات السّياسية، الدّاعمة للقضيّة الفلسطينيّة، منها مَن مُنع من النّشر لمدة 3 أيام أو أكثر وصولًا إلى 30 يومًا، ومنها مَن تمّ حظره من البث المباشر، أو منعه من الإعجاب أو التّعليق أو النّشر ومن أيّ تفاعل على فايسبوك لمدة 7 أيّام، وصولًا إلى إغلاق الحسابات بشكل كامل من دون سابق إنذار (طعامنه، 2021)، وذلك بشهادة بعض مستخدمي فايسبوك بعد مشاركتهم المحتويات، الّتي تدعم القضيّة الفلسطينيّة وتستنكر الحرب على غزة. كما تمّ حظر حساب حركة حماس الإسلاميّة في غزة من موقع فايسبوك، وتمّ تقييد حساب النّاشطة الأميركيّة من أصل فلسطيني مريم البرغوثي (الجزيرة مباشر،2021).

وقام مركز «صدى سوشال» المتخصّص في الدّفاع عن الحقوق الرّقميّة الفلسطينية في 21 أيار/ مايو 2021، بإرسال شكوى إلى مقرّ الأمم المتحدة المعني بحريّة الرّأي والتّعبير في العالم، يطالب فيها بمراجعة عاجلة وشرح للقرارات الّتي اتّخذها فايسبوك بتعليق الحسابات والمنشورات التّابعة لوكالات الأنباء الفلسطينية، والنّاشطين الفلسطينيين (صدى سوشال، 2021).

وأشار مدير المركز «إياد الرفاعي» إلى أنّ التّضييق على المحتوى الفلسطيني ليس بجديد بل يعود لعام 2015، بحيث تمّ اعتقال مئات الفلسطينيين بتهمة التّحريض على مواقع التّواصل الاجتماعي، تلتها ملاحقة وسائل إعلام فلسطينية ومواقع إخباريّة بالحجة نفسها، وصولًا إلى استهداف مختلف مواقع التّواصل الاجتماعي لمحتويات تتعلّق بالقدس وغزة والشيخ جراح في العام 2021. وأسهم المركز في استعادة عدد من الحسابات الفلسطينية على موقعي فايسبوك وإنستغرام، بمقدّمتها حساب النّاشطة منى الكرد على إنستغرام، وصفحة عزمي بشارة على فايسبوك (صدى سوشال، 2021).

ج - الإعجابات الوهميّة

تعرّضت مواقع التّواصل الاجتماعي لانتقادات بسبب تقديم إعجابات (Like) وهميّة لصفحة تسمى فريق صلاة القدس، الّتي تهدف إلى فرض رقابة على المنشورات الفلسطينيّة. وجمعت الصّفحة إعجابات بلغت 76 مليون إعجاب لدعم الكيان الصّهيوني من الملفّات الشّخصيّة لأشخاص لم يكونوا على علم بوجودها، فقد وجد العديد من

مستخدمي فايسبوك أسماءهم ضمن قائمة المعجبين بالصّفحة، مع أنّهم لم يعرفوا حتّى بوجودها ليسجّلوا إعجابهم، بل حتى أنّ بعض المستخدمين العرب والمسلمين لا يمكن أن يتصفّحوا محتوى الصّفحة فضلًا عن الإعجاب بها (samaa tv,2021). وتتبع صفحة «صلاة القدس» لمنظمة يهوديّة تحمل الاسم نفسه أسّسها الدكتور مايك إيفان، وهو مؤسّس متحف «أصدقاء صهيون»، وهي مؤسّسة تقوم بجمع التّبرعات من اليهود حول العالم لدعم المنظّمة الصّهيونية. وهذه الصّفحة تقوم بعرض إعلانات مموّلة مثلها مثل أيّ صفحة دعائيّة أخرى.

وفي شرح مختصر، تقوم عدد من البرامج المشبوهة مثل الألعاب، وبرامج التّرفيه، وبرامج أخرى ذات تصنيفات كثيرة عند تنزيلها على الجوال بطلب الإذن باستخدام الحساب على فايسبوك إذا تمّ الدّخول عن طريقه. وتنتشر بعض البرامج الخبيثة مثل الفيروسات على عدد كبير من الأجهزة، وتتصرّف هذه الشّبكة الضّخمة من الفيروسات وفقًا لأوامر من مراكز تحكّم، تُستعمل مثلًا لإعطاء ملايين الإعجابات للصفحات.

وتمّ الإبلاغ عن الصّفحة من قبل ملايين من المستخدمين حول العالم ممّن كانوا ضحية هذا الاحتيال، وتمّ إغلاق الصّفحة بسبب ذلك من قبل إدارة فايسبوك.

د- حملة التّقييم السّلبي

إزاء التعتيم الإعلامي والأصوات الّتي كانت تدعم القضية الفلسطينيّة مع إطلاق شعار أنقذوا حي الشّيخ جراح؛ اتّهم مستخدمو منصّات التّواصل الاجتماعي شركة فايسبوك بالتّحيّز، من خلال التّضييق على المحتوى الفلسطيني وحظر منشورات وحسابات بشكل جزافي من دون أن تحمل مخالفات صريحة لمعايير النّشر على المنصة، وفي المقابل دعم إسرائيل في حربها على غزة، وفي اعتداءاتها على الأراضي الفلسطينيّة.

وكانت مؤسّسة امباكت الدّوليّة اتّهمت إسرائيل في العام 2019 بتوظيف علاقاتها مع شركة فايسبوك لمحاربة المحتوى الفلسطيني على منصة فايسبوك، وهو ما كانت قد أشارت إليه وزارة القضاء الإسرائيلية في العام 2017 عن استجابة فايسبوك لما يقارب 85% من طلبات إسرائيل لإزالة بيانات خاصة بالمحتوى الفلسطيني وحذرها على موقع فايسبوك (أبو عيشة، 2020).

مع إصدار فايسبوك تحذيرات إلى المستخدمين تهدّدهم بحظر الحسابات أو حذفها بحجة أنّ المستخدمين خرقوا القواعد الإرشادية لمجتمع فايسبوك وخالفوها، وهو ما يعرف بال

community guidelines، قام ناشطون فلسطينيون في الدّفاع عن المحتوى الرّقمي بتقديم الشّكاوى والضّغط لدعم القضيّة الفلسطينيّة، من خلال تنظيم حملة للمطالبة بتخفيض تصنيف موقع الفايسبوك ووضع علامة التّقييم السّلبي بنجمة واحدة في متجر غوغل بلاي، للعودة عن الإجراءات التّعسفيّة في حقّ القضيّة الفلسطينيّة، ما اعتبروه تحيزًا من التّطبيق ضدّ المحتوى الفلسطيني.

أدّت هذه الحملة إلى انخفاض تصنيف تطبيق فايسبوك للهواتف الذكيّة في متجر آب ستور من 5 إلى 1.7، وعلى تصنيف متجر بلاي ستور من 4.7 إلى 2.5، خلال الحرب على غزة، بالتّوازي مع تراجع نسبة التّصويت على موقع فايسبوك، وسط استمرار الضّربات الجويّة الإسرائيليّة على قطاع غزة (Samaa tv,2021).

ودعا النّاشطون من خلال هذه الحملة إلى تقييم فايسبوك بنجمة واحدة فقط مع ترك تعليق يشرح سبب هذا التّقييم المنخفض؛ حيث لاقت هذه الحملة استجابة واضحة من العديد من المستخدمين، الذين تركوا تعليقات تنتقد محاولات فايسبوك إسكات الصّوت الفلسطيني. وشارك بعض المستخدمين صورًا لتقييماتهم للموقع مذيّلةً بتعليقات اتّهمت تلك التطبيقات بالعنصرية ضدّ الفلسطينيين وانحيازها لإسرائيل، وغيرها من الاتّهامات المشابهة، مع ترك شعار مثل «فلسطين حرة» أو «غزة تحت القصف» باللّغة الإنجليزية تعبيرًا عن الاعتراض على سياسة تلك المنصات (الجزيرة نت، 2021).

كما شارك مركز صدى سوشال في حملة تخفيض تقييم تطبيق فايسبوك عبر متجر «غوغل بلاي» و»آب ستور». وأشار الخبير في أمن المعلومات «فادي عبد الحق»، إلى أنّ التّقييم السّلبي يؤثّر على تلك التّطبيقات بشكل أكثر فعاليّة مع كتابة تعليقات معترضة على سياستها وعلى القيود المفروضة على المحتوى الفلسطيني (عتمه، 2021).

2 - نتائج الحملة الدّعائيّة

شكّلت حملة التّقييم السّلبي إحدى أدوات الضّغط الفعّالة وفقًا لخبير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تامر محمد (فرج، 2021) فللتقييم السّلبي آثار مباشرة قريبة المدى وأخرى بعيدة المدى، بحيث انخفضت تقييمات فايسبوك بشكل كبير على متجر غوغل وسط أيّام من الغارات الجوية الإسرائيلية الّتي استهدفت الفلسطينيين في قطاع غزة. وبعد انتهاك معايير مجتمع فايسبوك من قبل فايسبوك نفسه، وذلك من خلال حذف الفيديوهات الّتي تصوّر طرد الفلسطينيين من بيوتهم من قبل الإسرائيليين، ومن خلال

إسكات الرّأي الآخر الذي يحمل قضية تتعارض مع سياسته، وعدم المساواة في حفظ كرامة الجميع من دون تحيّز (الخنادق، 2021).

انخفض سعر أسهم شركة فايسبوك بنسبة 0،75 % وفق موقع ماركت ووتش لرصد أسهم الشركات الكبرى في البورصة العالمية، نتيجة لهذه الحملة التي لاقت تجاوبًا واسعًا، فبلغت الخسائر المباشرة أكثر من 5 ملايين دولار وفق تقارير التداول للمنصة، ما دفع بشركة فايسبوك للتحرك بسرعة لتدارك الأمر، ما شكّل تهديدًا حقيقيًّا على سمعة ومستقبل الشركة في محيط وسائل التّواصل الاجتماعي (سناجلة، 2021) .

ولكن الواقع أنّ سعر الأسهم يتحرك عادة في اليوم بمقدار أكبر، صعودًا وهبوطًا، ما يشير إلى عدم تأثر سعر الأسهم بسبب الحرب على غزة، ففي 2 شباط 2022، على سبيل المثال، شهد فايسبوك الذي أصبح اسمه ميتا بلاتفورم أسوأ هبوط بتاريخه بعد أن أعلن عن النتائج الماليّة للفصل الرابع من سنة 2021، وتبين أنّ الأرباح أقلّ من المتوقع ب 5% بحيث شهد هبوطًا بلغ 22%، وأُرجعت الأسباب إلى تغيرات سياسة الخصوصية في أبل ستور، وزيادة منافسة منصات أخرى مثل تيك توك، إضافة إلى انخفاض عدد المستخدمين اليومي لأوّل مرة

(Elizabeth culliford, Nivedita Balu, 2022).

في المقابل، تقدّمت دولة فلسطين بشكوى ضدّ شركة فايسبوك وتقاعسها عن تحمّل مسؤوليّاتها القانونيّة والأخلاقية في احترام القانون الإنساني الدّولي، وحقّ الشّعب الفلسطيني في التّعبير عن الاضطهاد الّذي يتعرّض له. فتقدّمت إدارة شركة فايسبوك برسالة اعتذار رسميّة إلى السّفارة الفلسطينية في لندن، مُتعهّدة بمراجعة الإجراءات والتّدقيق الإضافي من دون اعتماد الحظر كمبدأ أساسي؛ بناء على كلمات معينة، بغضّ النّظر عن محتوى المنشور، الذي لا يمثل مخالفة للمعايير ولا يحضّ على الكراهية (فرج، 2021).

وألقت شركة فايسبوك اللّوم على الخوارزميات في حظر المنشورات، بحيث تمّ حظر منشورات لمجرّد احتوائها على كلمة من الكلمات الّتي ترتبط بالقضيّة الفلسطينية وبجهات يصنّفها فايسبوك إرهابيّة من وجهات نظر تحيّزية، فتمنع نشر ما يرتبط بالحشد الشّعبي أو بالمقاومة الفلسطينية، وتتغاضى وتسمح بنشر المحتويات التي تحتوي على كلمة «داعش» المرتبطة بالتنظيم الإرهابي الذي تعتبره تطبيقات فايسبوك تنظيمًا عاديًا

ما يجعل منها خوارزميات منحازة (الخنادق،2021).

تابعت شركة فايسبوك نتائج الحملة بأعلى درجات الجديّة، فكشفت رسائل داخلية عن تراجع ثقة المستخدمين للتطبيق بسبب إحساسهم بفرض الرّقابة عليهم وصولًا إلى إسكاتهم، ما يزعزع الثقة مستقبلا لدى فئة الشباب، ويدفعهم إلى التوجّه لمنصات تواصل اجتماعي أخرى منافسة لفايسبوك. كما رفضت شركة أبل طلب فايسبوك حذف التّعليقات السّلبية بشأن التّطبيق. وباءت محاولات فايسبوك بالفشل مع غوغل لمعرفة ما إذا كان سيتمّ حذف التّعليقات السّلبية بشأن التّطبيق (الخنادق،2021).

ونتيجة لهذه الحملة أنشأت شركة فايسبوك مركزًا للعمليات الخاصة، يعمل على مدار 24 ساعة كلّ أيام الأسبوع، فيه خبراء ينطقون باللّغة العربيّة والعبريّة، مهمّته الرّد على المحتوى المنشور على منصتها حول الصّراع الإسرائيلي الفلسطيني خلال الحرب على غزة 2021، بعد انتشار المعلومات المضلّلة وخطاب الكراهية والدّعوات للعنف على منصات التّواصل الاجتماعي. على أن يراقب هذا المركز الموقف عن كثب، لتحديد المحتوى الّذي ينتهك معايير مجتمع فايسبوك، ويتيح إزالته بشكل أسرع، مع معالجة الأخطاء المحتملة في التّنفيذ (Culliford، 2021).

كما تواصلت إدارة فايسبوك مع المسؤولين الفلسطينيين والإسرائيليين لبحث خطاب الكراهية والتحريض على العنف على المنصة (فرج، 2021).

خلاصة البحث:

برز الدّور السّياسي للوسائط التّفاعليّة، جليًّا بعد الحرب على قطاع غزة والمعركة التي أطلق عليها تسمية «سيف القدس»، ما أنتج حراكًا مطلبيًّا تمثّل في الشّكاوى والحملات الضّاغطة لفرض تجرّد وسائل التّواصل الاجتماعي، والتّمسك بدورها في التّعبير عن الواقع ومصداقيته، وفي توثيق انتهاكات حقوق الإنسان.

في المقابل، نجح الفلسطينيون عبر هذه الوسائط في كسب تعاطف الجمهور حول العالم نصرة للقضية الفلسطينية (الخنادق،2021). وأسهم في نقل الحدث بتجرّد، والسّماح للنشر والتّغريد بتلقائيّة، وعفويّة، وصدق عبر بعض منصات التّواصل إلى إسقاط الرّواية الإسرائيليّة التي تدّعي فيها بأنّها الطّرف المعتدى عليه، على الرّغم من أنّ سياسة التّدمير الممنهج كانت واضحة للمراقبين العالميين.

وبعد أن قرّر النّاشطون والمستخدمون معًا إسماع صوتهم من خلال الضّغط على نجمة، بعد محاولة إسكاتهم وكتم أصواتهم، لاقت هذه الحملة الضّخمة تجاوبًا من شتى أرجاء العالم، ونجحت في تخفيض ترتيب تطبيق فايسبوك في محركات البحث على آب ستور وغوغل بلاي، وزعزعت مكانة فايسبوك في ميدان التّطبيقات الاجتماعية، بعد أن أظهرت توجّهاتها السّياسية وتحيّزها لإسرائيل، ما زعزع ثقة مستخدمي تطبيق فايسبوك بمصداقيته، وتجرّده، وتطبيقه لمعايير المحتوى بدقّة ومهنية بما يحفظ كرامة جميع المستخدمين، وحريّة التّعبير الّتي تشكّل جوهر منصات التواصل الاجتماعي وأساس تواجدها.

ولم يكن لهذه الحملة تأثير يذكر على سعر أسهم فايسبوك في البورصة العالمية ولم يحرّكه قيد أنملة، فلم يخسر فايسبوك على الصعيد المالي، إنّما تجلّت خسارته في الصّورة الّتي ظهر فيها منحازًا، على الرّغم من تقديمه الاعتذارات الواهية لاحقًا.

شكّلت حملة التقييم السّلبي بنجمة واحدة وسيلة ضغط على المنصة لتكون أكثر عدلاً في التّعامل مع القضية الفلسطينية، حتى لو لم تنجح هذه الحملة في تحقيق هدفها في حذف تطبيق فايسبوك من المتجرين.

فاتّسعت دائرة تأثير الإعلام الاجتماعي، من خلال تسخير تطبيقات الويب والمواقع الإلكترونية، في إنشاء روابط تواصليّة سريعة وأكثر فاعلية مع أكبر قاعدة من الجماهير والثقافات المختلفة، وحض مواقع التّواصل الاجتماعي كفايسبوك وتويتر وأنستغرام، على العودة عن إجراءاتها التّعسفيّة بحقّ القضية الفلسطينية وتحيّزها لإسرائيل، لكسب ثقة المستخدمين من جديد والمحافظة على مركزها التّنافسي على قمّة مواقع التّواصل الاجتماعي.

المراجع:

1- هالة حنفاوي، اتّجاهات الأحداث (2015)، ملامح العامة لـ «العمليات النفسية» في حروب الجيل الرابع، العدد 12 يوليو.

2- الجزيرة مباشر (2021)، بعد حملة لنشطاء.. تراجع كبير لتقييم فايسبوك بسبب سياساته المتعلقة بفلسطين، موقع الجزيرة مباشر الإلكتروني، فلسطين. مأخوذ من الموقع الإلكتروني: mubasher. aljazeera.net/palestine بتاريخ 5 تموز 2021.

3- إياد الرفاعي (2020)، فايسبوك في فلسطين.. من فضاء حرية إلى سجن كبير، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام. مأخوذ من الموقع الإلكتروني institute.aljazeera.net بتاريخ 14-11-2021.

4- باسم سكجها (2011)، قاطعوا «فايسبوك»، وكالة عمون الإخبارية، الأردن. مأخوذ من الموقع الإلكتروني net.ammonnews.www بتاريخ 12 تموز 2021.

5- حسن الزين (2018)، دور الإعلام في الحرب الناعمة، عصر الحروب النفسية الالكترونية، مركز الحرب الناعمة للدراسات، مأخوذ من الموقع الإلكترونيhttp://softwar-lb.org/4657/296 بتاريخ 22/10/2018.

6 - حمادي أيوب (2016)، شرح تقييم التطبيقات، موقع أخبار التطبيقات. مأخوذ من الموقع الإلكتروني بتاريخ 2021-11-9 https://www.arabapps.org/

7 - حملة - المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي. 2020 حملات. مأخوذ من الموقع الإلكتروني للصفحة الإلكترونية https://7amleh.org/ بتاريخ 2021-11-9.

8 - حملة، 2019، مؤشر العنصرية والتحريض، تقرير النشاطات النصف سنوية، مأخوذ من الموقع الإلكتروني 7amleh.org بتاريخ 2021-8-20.

9 - رندة عتمه (2021). مواقع التواصل ساحة قتال شرسة بين الفلسطينيين والإسرائيليين، موقع أندبندنت عربية، تحقيقات ومطولات. مأخوذ من الموقع الإلكتروني independentarabia.www. com بتاريخ 6 تموز 2021.

10 - صدى سوشال (2021)، تقارير شهرية. مأخوذ من الموقع الإلكتروني https://7amleh. org/ بتاريخ 2021-11-9.

11 - ضياء محمود (2021)، غوغل بلاي سيعرض تقييم التطبيقات بناء على المنطقة الجغرافية ونوع الهاتف، موقع عالم التقنية. مأخوذ من الموقع الإلكتروني: /wd.com/wd بتاريخ 9-11-2021

12 - عبد الرزاق محمد الدليمي، (2016)، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، إلبازوري للنشر والتوزيع.

13 - غالب كاظم جياد الدعمي (2016)، الإعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، ط1، عمأن، دار أمجد للنشر والتوزيع.

14 - محمد سناجلة (2021)، «النجمة الواحدة» التي هزت عرش الإمبراطورية.. فايسبوك تواجه حملة لخفض تقييم تطبيقها مناصرة لفلسطين، تحليل اقتصادي، موقع الجزيرة. مأخوذ من الموقع الإلكتروني: net.aljazeera.www//:https/ بتاريخ 2021-11-14.

15 - محمد طعامنه (2021)، هل أنخفاض تقييم التطبيق بالنجوم يؤدي لحذفه من متجر Google Play، موقع جوال تيك. مأخوذ من الموقع الإلكتروني: tech.jawal.www بتاريخ 2021-11-7

16 - محمد فرج (2021)، بعد غزة.. هل نجحت حملات التقييم السلبي لـ»فايسبوك»؟، سكاي نيوز عربية، القاهرة. مأخوذ من الموقع الإلكتروني com.skynewsarabia.www بتاريخ 30 حزيرأن 2021.

17 - مساعدة Google، استخدام غوغل بلاي، مأخوذ من الموقع الإلكتروني .support.google com بتاريخ 2021-11-7

18 - موقع الجزيرة (2021)، أخيرا.. فايسبوك تتحرك وتعين فريق مراقبين لحل الخلاف حول المحتوى الفلسطيني، موقع الجزيرة الإلكتروني، العالم، تكنولوجيا، مكة المكرمة. مأخوذ من الموقع الإلكتروني scienceandtechnology/news/net.aljazeera.www/ بتاريخ 21 حزيرأن 2021.

19 - نور أبو عيشة (2020)، «فيس بوك» تغلق حسابات صحفيين ونشطاء فلسطينيين. وكالة الأناضول، غزة. مأحوذ من الموقع الإلكتروني: ar/tr.com.aa.www//:https/ بتاريخ 14-11- 2021.

20 - الخنادق (2021)، «سيف القدس» كيف حققت وسائل التواصل الاجتماعي النصر أيضا، موقع الخنادق، تقارير سياسية، مأخوذ من alkhanadeq.com في 20 تموز 2021.

21 - الخنادق (2021)، كيف يبرر فايسبوك قمعه للمستخدمين، موقع الخنادق، تقارير سياسية، مأخوذ من alkhanadeq.com في 20 تموز 2021

22- Elizabeth culliford and Nivedita Balu (2022), Meta shares sink 20% as Facebook losses daily user for the first time, .Retrieved from www. investing.com in 3 february 2022.

23-Elizabeth Culliford (2021), Facebook deploys special team as Israel-Gaza conflict spreads across social media, reuters, new york. Retrieved from www.reuters.com/technology / in 19 june 2021.

24 - Facebook page, legal terms. Retrieved from www.facebook.com/legal/terms in 8-11-2021.

25 - Facebook transparency center, policies, Facebook page. Retrieved from: https://transparency.fb.com/en-gb/ in 8-11-2021

26 -Powtoon, (2021),The visual communication platform, حارس البوابة, retrieved from https://www.powtoon.com/online-presentation/bUmCkMlUraX in 20-2-2022.

27 - Samaa tv (2021), Facebook app store ratings drop amid Israeli attacks on Gaza, SAMAA, Web desk. Retrieved from: www.samaa.tv/global/2021/05/facebook-app-store-ratings-drop-amid-israeli-attacks-on-gaza/ in 5 june 2021

المسؤوليّة الاجتماعيّة كضابط لاعتماد الصّحفي الفلسطيني على المصادر الإسرائيلية خلال العدوان على غزة (مايو 2021)

د. حسن محمد أبو حشيش

الجامعة الإسلاميّة ـ غزّة

د. خضر مصطفى الجمالي

الكليّة الجامعيّة للعلوم التّطبيقيّة ـ غزّة

Abstract:

The study aims to identify the extent to which Palestinian journalists observe the principles of social responsibility when relying on Israeli news sources. It is a descriptive study, adopting a survey approach, in which the researchers used the method of surveying media practices to collect data about the communicator in media and to describe his/her characteristics and behavior, thus, identifying the attitudes of Palestinian journalists in engaging with Israeli sources within the framework of social responsibility. The researchers used the theories of Prioritization and the Communicator in this regard. In order to collect the required data, the researchers distributed a questionnaire to a random sample of Palestinian journalists who engage with Israeli sources; 30 questionnaire sheets were collected. Furthermore, the structured interview tool was employed with another number of journalists working in the field and who interact directly or indirectly with Israeli sources.

The study concludes a set of results including:

1. In relation to their commitment to the requirements of social responsibility,

60% of the participants depicted high levels of commitment, 13.3% were of poor adherence, while the rest of the sample remained in the middle.
2. The study revealed that the reliance on the Israeli narrative as a source of information during the last aggression against Gaza (May 2021) was as the following: the reliance of 60% of the sample study was fairly low, of 26.7% of it was moderate and only the remaining (13.3%) was highly dependent.
3. According to 80% of the participants, engaging with Israeli sources necessarily contradicts the principle of social responsibility in journalistic work. To 13.3% of the sample study, however, engaging with some Arab sources was deemed a violation of the very principle. While 6.7% referred to engaging with international sources as thus.
The study states the following recommendations:
1. Fostering the principle of self-censorship among journalists pertaining to their reliance on Israeli or other dubious sources.
2. Debunking the fabrications of the Israeli media, so that some media outlets, especially in Palestine, are no longer deluded by them.
3. Establishing a joint information network during times of crises and wars, through which what serves and harms the Palestinian cause and its resistance is elucidated. In addition to creating a Palestinian press charter that obligates the adherence of all Palestinian media outlets to the principles of social and national responsibilities, especially during times of war.
***Keywords*: Social responsibility; Palestinian journalists; Israeli sources; Reliance on sources; Achieved saturation.**

مقدّمة:

لم يعد العمل الإعلامي هامشيًّا او استثنائيًّا يمكن التّخلي عنه، بل بات أساس في تفاصيل الحياة اللّحظية كلّها، وزادت هذه المكانة والأهمية مع تطوّر التّكنولوجيا والتّقنية ومع تطور حاجات الإنسان المعرفيّة، ولهذه الأهميّة والحاجة لم يعد آمنًا أن تمارس العمليّة الإعلاميّة بعيدًا عن القيم والأخلاق والضّوابط.

لذا، فإنّ المسؤوليّة الاجتماعيّة تعتبر أمّ الأخلاق وأب القيم، الّتي تضمن عملًا إعلاميًّا يحقّق طموح الفرد والمجتمع في إطار شعور الجميع بالمسؤوليّة تجاه المجتمع بكل عاداته وتقاليده وتراثه.

ولا تطرح نظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة موضوع الحريّة على اعتبار أنّها قيمة مطلقة، بل هي نسبيّة ومقيّدة، فأي نظام إعلامي يحتاج إلى القيود من خلال سيطرة تشريعيّة أساسيّة من بينها قوانين الصّحافة والإعلام لحماية الأفراد أو الجماعات في مواجهة القذف، وحماية حقوق المؤلف، وحماية الاحتشام والآداب العامة، وحماية الدولة ضد الخيانة والعبارات التّحريضيّة، وتحطيم الرّوح المعنويّة لدى الجمهور، ولا شك أنّ قوانين النّشر ومواثيق الشّرف الإعلامي تمثل أساسًا معيارية تعمل من أجل حماية المجتمع وتعزيز المسؤوليّة الاجتماعيّة لوسائل الإعلام.[1]

تتعاظم مسئوليّة الصّحفي الفلسطيني -على وجه الخصوص- في الأداء الإعلامي كونه يمثّل شعب يرزح تحت الاحتلال الإسرائيلي الّذي لا يزال يتحكم في مناحي الحياة كلّها بما فيها الإعلام، ممّا جعله في بعض الأحيان يعتمد على المصادر الإسرائيليّة في تغطياته على الرّغم من أنّ ما يمثّله ذلك من خطورة على المصداقيّة، الأمر الذي يتطلب أعلى درجات التّحلي بالمسؤوليّة الاجتماعيّة.

من هنا، كان لزامًا وجود جهد علمي يُلقي الضّوء على مدى مراعاة الصّحفيين الفلسطينيين لمبادىء المسؤوليّة الاجتماعيّة الإعلاميّة عند اعتمادهم على المصادر الإسرائيليّة.

(1) صالح أبوأصبع (2016)، وسائل الإعلام والمسؤولية الاجتماعية، مقال علمي منشور بتاريخ (24 مايو 2016) على موقعه :

(https//:abuosba.net/page.104-html)

1 - الدّراسات السّابقة:

استعرض الباحثان في حدود اطّلاعهما على الدّراسات التي تناولت الاعتماد على المصادر، وتلك التي تناولت المسؤوليّة الاجتماعيّة تجاه الصّحافة، وكانت هذه الدّراسات موجّه لهما نحو التّعرف إلى موضوع الدّراسة، حيث نتحدّث عن المسؤوليّة الاجتماعيّة في الصّحافة والإعلام حين صدر تقرير لجنة حريّة الصّحافة الأمريكية عام (1947 م)، الّذي نبّه إلى أنّ التّجاوزات الّتي تحدث من قِبَل الصّحافة لها ضرر كبير على المجتمع، وهو التّقرير الّذي يعدّ أساس نظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة للصّحافة، الّتي جاءت كمراجعة للنظريّة الليبراليّة الّتي سادت الإعلام والصّحافة الغربيين حتّى أربعينيّات القرن العشرين، وقد أكمل التّأسيس النّظري لهذه النّظرية في الصّحافة الرّواد: إدوارد جيرالد، وتيودور بترسون، وويليام ريفرز، وجون ميرل، وغيرهم؛ وصولاً إلى منظريها المحدثين ديني إليوت، وكليفورد كريستيانز، وغيرهم [1]، وسوف نستعرض هنا بعض هذه الدّراسات في سياق زمني من الأحدث إلى الأقدم:

- **دراسة (جعرور ريم 2021):** تهدف الدّراسة إلى التّعرّف إلى اتّجاهات الجمهور الفلسطيني نحو احتمالات تأثير مواد الشّؤون «الإسرائيليّة» في الصّحافة الفلسطينية على قيمه الوطنيّة، وذلك من خلال الكشف عن درجة متابعته لها، وثقته بها، وموضوعاتها، وأهمّ القيم التي تتضمّنها، وتأثيرها عليه، ومقترحاته للحدّ من مخاطرها؛ وهي دراسة وصفية استخدمت منهجي: الدّراسات المسحية، وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام؛ ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره أسلوب الدّراسات الارتباطية، باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء؛ واعتمدت الدّراسة على نظرية التماس المعلومات، وكان مجتمع الدراسة الجمهور الفلسطيني الذي يزيد عمره عن 18 سنة، والمقيم في محافظات غزة، ومنه اختارت الباحثة عيّنة عشوائية طبقيّة بأسلوب التّوزيع المناسب بلغ عددها (400) مفردة، وخلصت الدّراسة إلى مجموعة من النّتائج أبرزها: إنّ أهمّ موضوعات مواد الشّؤون «الإسرائيلية» الّتي يتابعها الجمهور الفلسطيني في الصّحافة الفلسطينيّة هي الموضوعات العسكرية والأمنية، بنسبة 71.9%. وجاءت درجة الرّضا عن تلك المواد متوسطة بوزن النسبي 60.20%، وأنّه لا يوجد درجة تأثير في متابعة الجمهور لمواد الشّؤون «الإسرائيليّة» في الصّحافة

(1) محمد حسام الدين (2003)، المسؤولية الاجتماعية للصحافة. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية (ص 17)

الفلسطينية على قيمه الوطنية.

- وخلصت الدّراسة إلى توصيات من أهمّها: ضرورة معالجة مواد الشّؤون «الإسرائيليّة» قبل نشرها في الصّحافة الفلسطينية بما يتناسب مع القيم الوطنيّة وتقليص المساحة المخصّصة لمواد الشّؤون الإسرائيليّة في الصّحافة الفلسطينيّة [1].

- **دراسة (خولة بحري، 2020)**: إشكاليّة الخطاب الأخلاقي المسؤول هدفت إلى إلقاء الضّوء على أهميّة التّحلي بأخلاقيات الإعلام والالتزام بمبادئ المسؤوليّة الاجتماعيّة في الصّحافة المكتوبة الخاصة من وجهة نظر صانعي القرار الإعلامي في الجزائر، وهي دراسة ميدانيّة على القائم بالاتصال في كلّ من جريدة الخبر والشّروق؛ استخدمت منهج المسح وتوصّلت الدّراسة إلى ضرورة النّظر إلى العمل الإعلامي على أنّه رسالة سامية مبنية على إعلام القرّاء بالأحداث ومساهمتهم في النّقاش الاجتماعي والسّياسي، وأظهرت الدّراسة الحاجة إلى تأسيس خطاب أخلاقي مسؤول يجعل الصّحفي يلتزم بمبادئ وقيم الرسالة الإعلامية كلّها، كما أنّه يجعل الرّسالة الإعلاميّة بعيدة عن طائلة القانون الّذي يحدّ من حريتها [2].

- **دراسة (الترك والاطرش، 2019)**: وتهدف إلى التّعرف إلى استخدامات الصّحفيين الفلسطينين للمصادر الإسرائيليّة والإشباعات المتحقّقة كدراسة ميدانية؛ وهي دراسة وصفيّة استخدمت منهج المسح وفي إطاره استخدم أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلاميّة، وكانت أداتي الدّراسة هما الاستبيان والمقابلة المقنّنة على عيّنة عشوائيّة بسيطة قوامها 343 مفردة على الممارسين في فلسطين، وخلصت الدّراسة إلى أنّ المواقع الإلكترونيّة هي أبرز ما يتابعه الصّحفييون الفلسطينيون من بين المصادر الإسرائيليّة بنسبة 80.3%، وكانت الإشباعات المتحقّقة من استخدام المصادر الإسرائيليّة زيادة المعرفة بأساليب وسائل الإعلام الإسرائيليّة المستخدمة في التّغطية بنسبة 59.2%، فيما كانت الأسباب الّتي دفعت الصّحفيين الفلسطينين للثقة في المصادر الإسرائيليّة المساهمة في معرفة الرّأي العام الإسرائيلي بنسبة 66.4% [3].

---

(1) ريم جعرور(2021)، اتجاهات الجمهور نحو احتمالات تأثير مواد الشؤون الإسرائيلية في الصحافة الفلسطينية على القيم الوطنية- دراسة ميدانية على محافظات غزة. دراسة ماجستير. الجامعة الإسلامية: كلية الآداب. فلسطين: غزة.

(2) خولة بحري (2020)، إشكالية الخطاب الأخلاقي المسؤول من وجهة نظر صناع القرار الإعلامي: دراسة ميدأنية على القائم بالاتصال في كل من جريدة الخبر والشروق، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديموقراطي العربي- برلين- ألمأنيا- ع 11، مايو 2020.

(3) الترك والاطرش (2019)، استخدامات الصحفيين الفلسطينين للمصادر الاسرائيلية والاشباعات المتحققة - دراسة ميدانية

- **دراسة (الشيخ علي 2015):** وهي تهدف إلى الاطلاع على تطوّر وسائل الإعلام الإسرائيليّة إلى جانب معرفة أي وسائل الإعلام الإسرائيليّة الّتي يلجأ إليها الجمهور الفلسطيني داخل قطاع غزة خلال حربي 2012-2008م؛ وهي دراسة وصفيّة اعتمدت على المنهج المسحي مستخدمة مسح جمهور وسائل الإعلام من خلال إدارة الاستقصاء والمقابلة على عيّنة عشوائيّة قوامها 600 مفردة من سكان قطاع المناطق الحدوديّة والدّاخلية، وبيّنت نتائجها أنّ أكثر وسائل الإعلام الإسرائيليّة متابعة من قبل الجمهور الفلطسني داخل غزة إذاعة صوت إسرائيل بنسبة 51%، وأنّ وسائل الإعلام الإسرائيلية لها تأثيرات سلوكيّة ووجدانيّة ومعارفيّة على الجمهور الفلسطيني داخل قطاع غزة، وأهم أسباب متابعة الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيليّة داخل قطاع غزة هو تمكنها من متابعة وتطوّر حربي 2012-2008)[1].
- **دراسة (هبة شاهين، 2014):** سعت الدّراسة إلى التّعرف إلى مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام كمصادر للأخبار المتعلّقة بالأحداث الإرهابيّة، ورصد المسؤوليّة الاجتماعيّة والأمنيّة لوسائل الإعلام المصريّة في تناول قضايا الإرهاب، بالإضافة إلى استخلاص رؤية مستقبليّة في ضوء مقترحات خبراء الإعلام والأمن لتطوير معالجة وسائل الإعلام المصرية للأحداث الإرهابيّة، وخلصت الدّراسة إلى ارتفاع نسبة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام المصريّة للحصول على الأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابيّة بنسبة (92)٪ 16، وتصدرت القنوات الفضائيّة المصريّة الخاصة القائمة[2]
- **دراسة (نادية ناجي 2013):** وتناولت المسؤوليّة الاجتماعيّة للصحافة العراقيّة كدراسة في موضوعيّة الأخبار السّياسية في جرائد (الصباح، والزمان، وبغداد، والعدالة)؛ وهي دراسة وصفية تحليلية للتعرّف إلى مدى التزام الصّحف محل الدّراسة بالمسؤوليّة الاجتماعيّة عن طريق الالتزام بالموضوعيّة في طرح الأخبار السّياسية، ومن أهمّ النّتائج الّتي توصّلت إليها: سجلت الصّحف الحزبيّة أعلى نسبة تكرارات للفئات الموجودة والخاصّة بغياب الموضوعيّة في الخبر السّياسي كما

(1) الشيخ علي (2015)، استخدام الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الاسرائيلية والاشباعات المتحققة منها – دراسة تطبيقية على حربي 2012-2008م

(2) هبة شاهين (2014)، المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب: دراسة تطبيقية على 16 الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المؤتمر العلمي حول دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب.

اختلفت نسبة غياب الموضوعيّة في الأخبار السّياسية المحليّة عنها في الأخبار العربيّة والدّولية، فسجلت الأخبار المحليّة أعلى نسبة من تكررات تلك الفئات، وأنّ الاهتمام بالخبر السّياسي المحلي بصورة أكبر من بقية الأخبار، وهذا ما انعكس واضحًا على نسبة الفئات المتحقّقة في كلّ منها، فضلاً عن أنّ الصّحف الحزبيّة بشأن حال الجهة التي تتبع لها على حساب المضمون الصحفي، فيما كتبت الصباح على الرّغم من أنّها شبه رسميّة لكن ناطقة باسم الحكومة [1].

- **دراسة (عزة مصطفى الكحكي، 2008):** وهي تقيس أبعاد المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة ومستوى الحرية الإعلامية لدى القائمين بالاتّصال بقناة الجزيرة. وهي دراسة وصفيّة مسحية مستخدمة أداة الاستبيان على عيّنة قوامها 102 من القائمين بالاتصال بقناة الجزيرة، وتوصّلت إلى أن 81.4% يرون أنّ ممارسة الحريّة مرتبطة بالمسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة، كما أشار 81.4% أيضًا منهم إلى حق الجمهور في الرّد، فيما أكّد أفراد العينة وبنسب أقلّ إلى أهميّة ممارسة الحريّة في حدود المسؤوليّة المهنية، وأنّه لا يجوز التّعدي على خصوصيّات عامّة الناس، وعدم إذاعة معلومات من شأنها الإضرار بالأمن القومي القطري [2].

1 ـ أهمية الدراسة :

تستمدّ الدّراسة أهميّتها من الأمور الآتية:

- أهميّة العمل الإعلامي لفلسطين تحت الاحتلال.
- دور المسؤوليّة الاجتماعيّة كحصن لصناعة محتوى فلسطيني مسؤول وبنّاء.
- خطورة الاعتماد على المصادر الإسرائيليّة من قبل الصّحفي الفلسطيني.
- ضرورة وجود ضوابط ومعايير عند الاعتماد على أيّ مصدر إسرائيلي.

2 ـ أهداف الدّراسة :

تهدف الدّراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التّعرّف إلى درجة إدراك الصّحفي الفلسطيني لمفهوم المسؤوليّة الاجتماعيّة.

---

(1) نادية ناجي (2013)، المسؤولية الاجتماعية للصحافة العراقية : دراسة في موضوعية الاخبار السياسية في جرائد (الصباح، والزمأن، وبغداد، والعدالة).

(2) عزة مصطفى الكحكي (2008)، حدود الحرية والمسئولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر تحت عنوان: «الإعلام بين الحرية والمسئولية، يوليو 2008.

- التّوقف عند حجم حيز المسؤولية الاجتماعية في عمل الصّحفي الفلسطيني بشكل عام.
- التّعرّف إلى قوّة تحصن الصّحفي الفلسطيني بالمسؤوليّة الاجتماعيّة في اعتماده على المصادر الإسرائيليّة.
- تقديم توصيات ومقترحات وضوابط للصحفي الفلسطيني في تعاطيه مع المصادر الإسرائيليّة

3 ـ مشكلة البحث والتّساؤولات:

- تكمن المشكلة في الإجابة عن السّؤال الرّئيس الآتي:

«مدى التزام الصّحفي الفلسطيني بالمسؤوليّة الاجتماعيّة كضابط في اعتماده على المصادر الإسرائيلية»

- وتنبثق عنه الأسئلة الفرعيّة الآتية :
- ما درجة إدراك الصّحفي الفلسطيني لمفهوم المسؤوليّة الاجتماعيّة ومبادئها؟
- ما حيز المسؤوليّة الاجتماعيّة في عمل الصّحفي الفلسطيني ومدى التزامه بمبادئها؟
- ما الأولويات والمعايير التي يراعيها الصّحفيين الفلسطينيين عند اختيار مصادرهم؟
- ما درجة اعتماد الصّحفيين على المصادر الإسرئيليّة كمصدر للمعلومات؟
- ما المحاذير التي تواجه الصّحفي الفلسطيني عند التّعامل مع المصادر الإسرائيليّة؟ وكيف يمكن أن يحصّن الصّحفي نفسه عند اعتماده عليها؟

4 ـ منهج الدّراسة وأدواتها:

تنتمي الدّراسة إلى المنهج الوصفي المسحي، والذي يعدّ جهدًا علميًّا منظمًا يساعد في الحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظّاهرة، أو مجموع الظّاهرات موضع البحث [1].

وفي إطاره، استخدم الباحثان أسلوب مسح أساليب الممارسة، وهو يعني جمع البيانات عن القائم بالاتصال في وسائل الإعلام، ووصف خصائصه وسلوكه في إطار النّظام الكامل للمؤسّسة الإعلاميّة والمجتمع وتسجيل هذه البيانات وتبويبها، وتكوين قاعدة

(1) حسين سمير، (2006م) بحوث الإعلام ط1 (القاهرة:عالم الكتب) ص 133.

معرفيّة وصفية عن خصائص القائم بالاتّصال في المؤسّسات الإعلامية [1]؛ واستخدمه الباحثان للتعرف إلى اتّجاهات الصّحفيين الفلسطينيين وتوجّهاتهم في تعاملهم مع المصادر الإسرائيلية في إطار المسؤوليّة الاجتماعيّة.

ومن أجل الوصول إلى البيانات المطلوبة استخدمت الدراسة صحيفة الاستبيان، والمقابلة المقننة، واعتمدت الدّراسة على نظريتي ترتيب الأولويات، والقائم بالاتصال.

واعتمد الباحثان خلال مناقشة النتائج أيضًا على أداة الملاحظة، كونهما يعملان في مجال الإعلام، ويعايشا الواقع الإعلامي بتفاصيله كلّها.

5 - مجتمع الدّراسة وعيّنتها:

يعتبر الصّحفيون العاملون في حدود فلسطين هم مجتمع الدّراسة، فيما اعتمد الباحثان العيّنة المتاحة من بينهم من خلال نشر الاستبانة بعد تحكيمها من خلال إرسالها إلى قوائم الصّحفيين عبر رابط Googel form وتجميع 30 إجابة معتمدة ومقبولة لصحفيين يتعاملون مع المصادر الإسرائيلية.

السّمات العامّة للعيّنة:

جدول رقم (1)

توزيع أفراد عيّنة الدّراسة بحسب النّوع الاجتماعي:

م.	النوع	العدد	النسبة
	ذكر	24	80%
	أنثى	6	20%
الإجمالي		**30**	**100%**

يتّضح من بيانات الجدول السّابق رقم (1) أنّ نسبة تمثيل الصّحفيين الذّكور هي الأكبر من بين عيّنة الدّراسة حيث بلغت 80% من إجمالي استجابات أفراد العيّنة المتاحة مقارنة بنسبة 20% للصحفيات، وهذه النّتيجة تنسجم مع واقع العمل في فلسطين حيث جاء في تقرير دائرة الإحصاء المركزيّة الفلسطينية لعام 2020 أنّ نسبة مشاركة الإناث في القوى العاملة متدنية مقارنة مع الذّكور، حيث تصل نسبة مشاركة الإناث إلى 18% بواقع 17% في الضّفّة الغربيّة و19% في قطاع غزة، وبلغت هذه النّسبة 70%

(1) عبد الحميد محمد (2004)، البحث الإعلامي في الدراسات الإعلامية ط2 (القاهرة: عالم الكتب) ص167.

بين الذّكور، بواقع 74% في الضّفّة الغربيّة و62% في قطاع غزة [1]

جدول رقم (2)

توزيع أفراد عيّنة الدّراسة بحسب مكان العمل الصّحفي

م.	مكان العمل	العدد	النّسبة
	صحف ومجلات	6	20%
	وكالات أنباء	3	10%
	قناة تلفزيونيّة	6	20%
	إذاعات	3	10%
	مواقع إلكترونيّة	8	26.7%
	منصة اجتماعيّة	4	13.3%
الإجمالي		30	100%

استنادًا إلى بيانات الجدول السّابق رقم (2) فأنّ توزيع أفراد العيّنة جاء ممثلاً لكافة أشكال الوسائل الإعلاميّة العاملة في فلسطين، فيما تصدّرت المواقع الإلكترونيّة النّسبة الأكبر من عيّنة الدّراسة بنسبة 26.7% يليها بالتّساوي في المرتبة الثانية كلاً من القنوات التّلفزيونية والصّحف والمجلات بنسبة 20% لكلّ منهما، ثم العاملين في المنصّات الاجتماعيّة الرّسميّة المعتمدة بنسبة 13.3%، فيما كانت مشاركة العاملين في وكالات الأنباء والإذاعات بنسبة 10% لكلّ منهما.

وتأتي هذه النّتيجة ممثّلة لكلّ وسائل الإعلام من جهة ومنسجمة مع توزيع العاملين في الصّحافة بين الوسائل الإعلاميّة المختلفة بحسب بيانات وزارة الإعلام الفلسطينية بغزة.[2]

(1) دائرة الاحصاء المركزية الفلسطينية، التقرير الدوري لعام 2020

(2) الدليل الإعلامي الفلسطيني (2014)، وزارة الإعلام الفلسطينية، الإدارة العامة للمطبوعات، ط 3.

جدول رقم (3)

توزيع أفراد عيّنة الدّراسة بحسب طبيعة العمل الصّحفي

م.	طبيعة العمل	العدد	النسبة
	محرر	8	26.7%
	مراسل صحفي	2	6.7%
	مخرج صحفي	3	10%
	مدير/رئيس قسم	7	23.3%
	مسؤول تحرير	4	13.3%
	كاتب/محلل	4	13.3%
	ناشر	2	6.7%
الإجمالي		30	100%

يتضح من بيانات الجدول السّابق رقم (3) أنّ أفراد عيّنة الدّراسة كانوا موزعين بين مجالات العمل الصّحفي المختلفة، ولقد جاءت استجابة العاملين في مجال التّحرير ما بين محرّر بنسبة 26.7% ومسؤول تحرير بنسبة 13.3% أي ما نسبته 40% من إجمالي أفراد العيّنة، كما جاء في المرتبة الثانية في توزيع عيّنة الدّراسة الصّحفيون الذين لديهم رتب وظيفيّة ما بين مدير أو رئيس قسم بنسبة 23.3%، ممّا يعطي مؤشر واضح أنّ النّسبة الغالبة من العيّنة جهة مقرّرة في الوسيلة الإعلاميّة ولها دور مهم في اعتماد المصادر من جهة، وفيما ينشر ولا ينشر من جهة أخرى.

جدول رقم (4)

توزيع أفراد عيّنة الدّراسة بحسب سنوات الخبرة في العمل الصّحفي

م.	سنوات الخبرة	العدد	النّسبة
	سنوات أو أقلّ5	5	16.7%
	من 5 حتى 10 سنوات	5	16.7%
	من 10 سنوات إلى 20 سنة	11	36.6%
	سنة فأكثر20	9	30%
الإجمالي		30	100%

استنادًا إلى بيانات الجدول السّابق رقم (4)، فأنّ النّسبة الغالبة من أفراد العيّنة بنسبة 36.6% هم من ذوي الخبرة في العمل الصّحفي ما بين 10 إلى 20 عامًا، يليهم من كانت خبرتهم أكثر من 20 عامًا بنسبة 30%، أي أنّ غالبيّة أفراد عيّنة الدّراسة هم ممّن يعملون في المؤسّسات الإعلاميّة وخبرتهم تزيد عن عشر سنوات بنسبة إجماليّة قدرها 66.6%؛ فيما كان تمثيل ذوي الخبرة المحدودة أقل من خمس سنوات 16.7% فقط.

وهذه النّتيجة مهمّة جدًّا لموضوع الدّراسة حول المسؤوليّة الاجتماعيّة واعتماد الصّحفي على المصادر، باعتبار أنّ المسؤوليّة الاجتماعيّة تتعزّز لدى المؤسسة والعاملين فيها كلّما نضجت لديهم الخبرة والتّجربة في التّعامل مع القضايا كلّها، بخاصّة تلك التي هي محل خلاف مثل الاعتماد على مصادر الاحتلال.

1 - نتائج الدّراسة الميدانيّة:

نتناول فيما يلي نتائج الدّراسة الميدانية حول مدى الالتزام بالمسؤوليّة الاجتماعيّة كضابط لاعتماد الصّحفي الفلسطيني في تغطيته على المصادر الإسرائيلية خلال العدوان الأخير على غزة مايو 2021، وهي اشتباكاتٌ بدأت بتوترٍ بين متظاهرين فلسطينيين وشرطة الاحتلال في 6 مايو 2021 نتيجة قرار المحكمة الإسرائيلية العليا بشأن إخلاء سبع عائلات فلسطينية من منازلها في حي الشيخ جراح في الجانب الشّرقي من البلدة القديمة في القدس لإسكان مستوطنين إسرائيليين.[1]

تطوّرت الأحداث بسبب ما أقدم عليه المتطرفون بغطاء من شرطة الاحتلال، وإقدامهم على ما أسموه «مسيرة الإعلام» في باحات القدس ممّا دفع المقاومة الفلسطينيّة إلى ضرب العمق الإسرائيلي بالصواريخ في معركة أطلقت عليها المقاومة اسم «معركة سيف القدس»، وجاء ردّ الاحتلال على الصّواريخ بضرب المباني والمقار في قطاع غزة بالطائرات في رد أطلق عليه الاحتلال اسم «حارس الأسوار».

(1)Kingsley, Patrick (2021). “Evictions in Jerusalem Become Focus of Israeli-Palestinian Conflict”. The New York Times.. 2021 بتاريخ 09 مايو

أوّلًا: التزام الصّحفيين بالمسؤوليّة الاجتماعيّة:

جدول رقم (5)

النّظريّات الإعلاميّة الّتي يلتزم بها الصّحفي الفلسطيني

م	أبرز وأقرب النّظريات الإعلاميّة الّتي تلتزم بها كصحفي:	النّتائج	النّسبة
1	نظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة	27	90%
2	النّظريّة السّلطويّة	2	6.6%
3	النّظريّة الليبراليّة	1	3.4%
الإجمالي		30	100%

يتّضح من بيانات الجدول السّابق رقم (5) أنّ الغالبيّة العظمى من الصّحفيين الفلسطينيين يرون أنّهم ومؤسّساتهم الإعلاميّة يعملون في إطار نظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة بنسبة وصلت إلى 90% من إجمالي أفراد عيّنة الدّراسة.

فيما أشار عضوان فقط من أفراد العيّنة بنسبة 6.6% أنّهم يرون أنفسهم يعملون ضمن النّظريّة السّلطويّة في الإعلام، وشخص واحد انتمى إلى خيار النّظريّة الليبراليّة الإعلاميّة بنسبة 3.4%.

على الرّغم من أنّ قياس النّظريات الإعلاميّة يحتاج تفاصيل أكثر عمقًا لكننا كباحثين نجد أنّ هذه النّتيجة هي مؤشّر ينسجم مع طبيعة الصّحفي الفلسطيني الّذي يضحّي بكلّ شيء من أجل وطنه وشعبه.

جدول رقم (6)

مبادئ المسؤوليّة الاجتماعيّة الصّحفيّة لدى أفراد عيّنة الدّراسة

م	مبادئ المسؤوليّة الاجتماعيّة الّتي تراها فيك كصحفي:	النّتائج	النّسبة
1	الالتزام بأخلاقيات المهنة	13	43.3%
2	الالتزام الذّاتي	8	26.7%
3	الالتزام بمواثيق شرف المهنة	4	13.3%
4	الالتزام الاجتماعي	3	10%
5	التزام وجوبي وإلزامي من جهات مسؤولة	2	6.7%
الإجمالي		30	100%

بحسب بيانات الجدول السّابق، وعند سؤال أفراد العيّنة عن مبادئ المسؤوليّة الاجتماعيّة، الّتي يرونها بأنفسهم كصحفيين فلسطينيين، فقد جاء على سلم المبادئ الأساسيّة لديهم «الالتزام بأخلاقيات المهنة» بنسبة 43.3% من إجمالي أفراد العيّنة، وفي المرتبة الثانية مبدأ «الالتزام الذّاتي» بنسبة 26.7%، أمّا المبدأ الثالث من مبادئ المسؤوليّة الاجتماعيّة فكان «الالتزام بمواثيق شرف المهنة » بنسبة 13.3% ثم مبدأ الالتزام الجماعي بنسبة 10%، وأخيرًا من قال أنّه «مبدأ التزام وجوبي وإلزامي من جهات مسؤولة» بنسبة 6.7% فقط من أفراد العيّنة.

وهذا، يعني بشكل واضح أنّ الصّحفي الفلسطيني عند اعتماده على المصادر الصّحفية يراعي مبادئ المسؤوليّة الاجتماعيّة، وفي مقدمتها التزامه بأخلاقيات المهنة والالتزام الذّاتي تجاه المجتمع وليس من منطق الخوف من المحاسبة من قبل الجهات المسؤولة.

جدول رقم (7)

مدى التزام الصحفي الفلسطيني في المسؤوليّة الاجتماعيّة

م	ما مدى التزام الصّحفي الفلسطيني في المسؤوليّة الاجتماعيّة:	النّتائج	النّسبة
1	التزام متوسط	18	60%
2	التزام مناسب	7	23.3%
3	الالتزام منخفض	4	13.3%
4	التزام كبير	1	3.4%
5	لا يوجد أدنى التزام	0	0
	الإجمالي	30	100%

يتّضح من بيانات الجدول السّابق رقم (7) أنّ أفراد عيّنة الدّراسة كان حكمهم على التزام الصّحفي الفلسطيني بمتطلبات المسؤوليّة الاجتماعيّة ومدى التزامهم بها بنسبة عالية تصل إلى 60%، فيما كان قول 23.3% من أفراد العيّنة بأنّ التزامهم تجاه متطلّبات المسؤوليّة الاجتماعيّة مناسب.

بذلك، يرى الباحثون أنّ أفراد العيّنة كانوا واقعيين في حكمهم على مستوى الالتزام الصّحفي العام تجاه المسؤوليّة الاجتماعيّة، ففي حين أنّهم وضعوا نتيجة متوسطة ومقبولة نسبيًّا لكن 3.4% فقط منهم من قال أنّ نسبة الالتزام كبيرة، فيما تمّ النّفي بالمطلق بأن

يكون هناك عدم التزام ولو بالحد الأدنى.

إنّ الصّحفي الفلسطيني يحرص أنّ يراعي مصالح المجتمع الفلسطيني سواء في اعتماده على المصادر الأخباريّة أو حتّى فيما ينشر أو ما لا ينشر أو كيف ينشر، لكنّ الأمور في كثير من الأحيان يكون فيها التباس أو اجتهاد خاص، وأنّ الواقع الفلسطيني معقّد من حيث التّعدديّة السّياسيّة والتباينات الحزبيّة وما فرضه الانقسام، بالإضافة إلى واقع الاحتلال ووقوع جزء من الوسائل الإعلاميّة تحت إجراءات الاحتلال والرّقيب الإسرائيلي.

ثانيًا: الاعتماد على المصادر في إطار المسؤوليّة الاجتماعيّة للصحفي:

جدول رقم (8)

المصادر التي تخالف مبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة لدى الصّحفي الفلسطيني

م	**باعتقادك، ما المصادر التي تخالف مبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة في العمل الصّحفي:**	النّتائج	النّسبة
1	المصادر الإسرائيليّة	24	80%
2	المصادر العربيّة	4	13.3%
3	المصادر الدّوليّة	2	6.7%
الإجمالي		30	100%

لقد جاءت بيانات الجدول السّابق رقم (8) منسجمة مع النّتائج السّابقة واللّاحقة من حيث اعتبار أنّ الاعتماد على المصادر الإسرائيليّة يعتبر خرقًا كبيرًا للمسؤوليّة الاجتماعيّة والمسؤوليّة الوطنيّة، فقد بيّنت الدّراسة أنّ 80% من أفراد العيّنة يرون أنّ المصادر الإسرائيليّة تخالف مبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة في العمل الصّحفي، بمقابل 13.3% فقط اعتبروا أنّ بعض المصادر العربيّة تخالف مبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة، و 6.7% اعتبروا أنّ المصادر الدّوليّة هي الّتي تخالف مبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة.

على الرّغم من أنّ المسألة فيها شيء من الغرابة البسيطة بين حكم الصّحفيين على المصادر العربيّة باعتبارها أكثر من المصادر الدّوليّة مخالفة للمسؤوليّة الاجتماعيّة إلّا أنّ الباحثين يرون أنّ الأمر له علاقة بردّةِ فعلٍ وموقف الصّحفيين الفلسطينين باعتبارهم

مجتمع الدّراسة من بعض الوسائل الإعلاميّة العربيّة المطبعة مع الاحتلال أو الّتي تمثّل دول عربيّة مطبعة مع الاحتلال.

جدول رقم (9)

أولويّات التّعامل المهني مع المصادر الصّحفيّة

م	رتب المصادر الآتية وفق أولويّة تعاملك المهني معها	1	2	3	4	5	6	7	الرّتبة
1	المصادر الرّسميّة	25	3	0	0	0	1	1	196
3	المصادر المحليّة	9	13	3	2	0	2	1	169
4	المصادر العربيّة	5	10	10	3	1	1	0	162
5	المصادر الدّوليّة	4	8	8	8	0	0	1	149
7	المصادر المتعدّدة	3	6	5	9	3	1	3	132
6	المصادر الإسرائيليّة	6	4	4	7	2	4	3	131
2	المصادر غير الرّسميّة	2	5	10	3	3	3	4	125

يظهر الجدول السّابق رقم (9) أولويّات تعامل واستخدام الصّحفيين الفلسطينيين مع مختلف المصادر، فقد بيّنت الدّراسة أنّ اعتماد المصادر الرّسميّة جاء في المرتبة الأولى تلتها المصادر المحليّة، ثم المصادر العربيّة، ثم في المرتبة الخامسة المصادر الدّوليّة، ثمّ المصادر المتعدّدة، فيما جاءت المصادر الإسرائيليّة في المرتبة السّادسة وقبل الأخيرة ومع فارق بسيط جاءت بعدها المصادر غير الرّسميّة.

إنّ نتائج الجدول السّابق – بحسب ما يراه الباحثون - تبين بشكل واضح ولا يقبل اللّبس أنّ الصّحفي الفلسطيني لديه درجة عالية من المسؤوليّة الوطنيّة، والمسؤوليّة الاجتماعيّة، والوعي، والإدراك لخطورة المصادر الإسرائيلية لذا، فهو يتعامل معها بحذر شديد ويعتبرها في المرتبة نفسها تقريبًا مع المصادر غير الرّسميّة وغير المعتمدة.

جدول رقم (10)

معايير الاعتماد على المصادر الصّحفية خلال الحرب الأخيرة على غزة

م	ما هي المعايير الّتي كنت تراعيها عند اعتمادك على المصادر خلال الحرب الأخيرة على غزة	النّتائج
1	المسؤوليّة الاجتماعيّة تجاه الوطن	22
2	المهنيّة والموضوعيّة	20
3	دعم رواية المقاومة	17
4	الانحياز للرواية الفلسطينيّة	17
5	رفض الرّواية الإسرائيليّة	8
6	الحياديّة	3
7	سياسة الوسيلة الخاصّة	2
8	مصالحي الشخصيّة	0

ملاحظة: تمّ اختيار أكثر من إجابة.. (N لا تساوي 30)

يتّضح من بيانات الجدول السّابق رقم (10) أنّ هناك مجموعة من المعايير يراعيها الصّحفيون الفلسطينيون عند اختيارهم لمصادرهم؛ وفي مقدّمة هذه المعايير المسؤوليّة الاجتماعيّة تجاه الوطن ثمّ المهنيّة والموضوعيّة، أمّا في المرتبة الثّالثة والرّابعة كان معيار دعم رواية المقاومة والانحياز للرواية الفلسطينيّة، فيما كان المعيار الخامس هو رفض الرّواية الإسرائيليّة

المعيار السّادس كان «الحيادية» لكن بنسبة قليلة من أفراد العيّنة، ثم بنسبة أقل جاء المعيار السّابع «مراعاة سياسة الوسيلة الخاصة».

فيما لم ينتمِ أي صحفي من أفراد العيّنة لخيار أو معيار المصالح الشّخصيّة بنسبة صفر %.

إنّ نتائج الجدول السّابق تؤكد أنّ الصّحفي الفلسطيني يتمتّع بدرجة عالية من المسؤوليّة الاجتماعيّة تجاه الوطن، بالإضافة إلى التزامه بالمهنيّة والموضوعيّة حتى في تعامله مع القضايا الوطنيّة والخلافيّة، لكن في تعامله مع الاحتلال فهو ليس حياديًا ويصرّح بانحيازه لرواية المقاومة ويرفض الرّواية الإسرائيليّة.

إنّ هذه النّتيجة تنسجم مع نتيجة الجدول السّابق رقم (9) والّتي أظهرت بوضوح أنّ الصّحفي الفلسطيني يتعامل مع المصادر الإسرائيليّة بحذر شديد إلى درجة أنّه يُصرّح هنا بأنّه يرفض الرّواية الإسرائيليّة ويُغلب رواية المقاومة.

جدول رقم (11)

المصادر «الإسرائيلية» الّتي يتابعها أفراد العيّنة للحصول على معلوماتهم الصّحفيّة

م	أبرز المصادر الإسرائيليّة الّتي تتابعها للحصول على معلوماتك الصّحفيّة:	النّتائج
1	المواقع الإلكترونيّة	19
2	وكالات	10
3	صحف ومجلات	9
4	قنوات تلفزيونيّة	9
5	إذاعات	4
6	اتّصال حي	2
7	الإعلام الجديد	1
8	شبكات التّواصل الاجتماعي	1

ملاحظة: تمّ اختيار أكثر من إجابة.. (N لا تساوي 30)

يظهر الجدول السّابق رقم (11) أبرز المصادر الإسرائيليّة الّتي يتابعها الصّحفيون الفلسطينيون للحصول على معلوماتهم الصّحفيّة، حيث كانت في مقدّمتها المواقع الإلكترونيّة، ثم جاءت بنسبة أقلّ إلى النّصف وبالترتيب وبالدّرجة نفسها تقريبًا: «الوكالات، ثم الصّحف، والمجلّات، والقنوات التّلفزيونيّة ».

فيما كانت نسبة متابعة الإذاعات والاتّصال المباشر والإعلام الجديد وشبكات التّواصل قليلة جدًا.

إنّ نتائج الجدول السّابق تبرز أنّ الصّحفي الفلسطيني لا يتعامل مع الوسائل الإعلاميّة الإسرائيليّة مباشرة، ولا يتعامل مع مصادر حيّة طرف الاحتلال حتى لو كانت عبر السّوشيال ميديا أو منّصات الإعلام الجديد كونها تفاعليّة، فهو لديه موقف مبدئي من عدم التّعامل مع الاحتلال وأدواته كلّها.. لكنّه يتابع عبر المواقع الإلكترونيّة، وعبر

القنوات والصّحف والوكالات رواية الاحتلال، ومنها يستقي بالحدّ الأدنى ما يحتاجه من معلومات ضروريّة تعينه على إنجاز مهامه الصّحفيّة.[1]

جدول رقم (12)

درجة اعتماد الصحفي على المصادر الإسرئيلية كمصدر للمعلومات خلال الحرب الاخيرة على غزة

م	درجة اعتماد الصّحفيين على المصادر الإسرئيليّة كمصدر للمعلومات خلال الحرب الأخيرة على غزة:	النّتائج	النّسبة
1	منخفض	13	43.3%
2	متوسط	8	26.7%
3	منعدم	5	16.7%
4	عالي	3	10%
5	عالي جدًا	1	3.3%
الإجمالي		30	100%

ملاحظة: تمّ اختيار أكثر من إجابة.. (N لا تساوي 30)

يتبيّن لنا من نتائج الجدول السّابق رقم (12) أنّ اعتماد الصّحفيين على المصادر الإسرائيليّة كمصدر للمعلومات خلال تغطياتهم الصّحفية للحرب الأخيرة على غزة (مايو 2021) كانت منخفضة بنسبة 43.3% ومنعدمة بنسبة 16.7%، أي بنسبة 60% هي منخفضة إلى منعدمة.

فيما أفاد 26.7% من أفراد العيّنة أنّ اعتمادهم عليها كان متوسطًا بنسبة 26.7%.

أمّا أفراد العيّنة - حيث كانت المصادر الإسرائيليّة تعتبر رئيسة لعملهم - والاعتماد عليها كان عاليًا بنسبة 10%، وهناك 3.3% رأووا أنّهم اعتمدوا عليها بنسبة عالية جدًّا، أيّ أنّ 13.3% من أفراد العيّنة فقط هم من كان لهم اعتماد كبير على المصادر الإسرائيليّة خلال الحرب الأخيرة على غزة.

إنّ نتائج الجدول السّابق هي دليل إضافي لما هو عليه حال الصّحفيين من عدم إعطائهم مساحة كبيرة للرواية الإسرائيليّة من خلال الاعتماد على المصادر الإسرائيليّة؛ لكن، هناك صحفيون فلسطينيون مخضرمون يجيدون التّعامل مع الرّواية الإسرائيليّة في

(1) الصحفي عماد الافرنجي (مراسل صحيفة القدس ومدير قناة القدس في غزة سابقا) في مقابلة في مكتبه بتاريخ 20/9/2021م

سياق المعالجة والاستخدام، الذي لا يضرّ بالمجتمع الفلسطيني ومقاومته.

لا يمكن بأيّ حال من الأحوال إغفال المعلومات الواردة من الإعلام الإسرائيلي، إلّا أنّ المطلوب هو حجب الرّواية ذات الطّابع الأمني الّتي تستهدفُ زعزعة الرّوح المعنويّة وحجبها قدر المستطاع لمنع التّأثير على القرارات الفلسطينيّة، أو إحداث اختراقات ميدانيّة على صعيد العمل المقاوم.[1]

جدول رقم (13)

أسباب عدم استخدام الصّحفي للمصادر الإسرائيليّة

م	أسباب عدم استخدام الصّحفي للمصادر الإسرائيليّة	النّتائج	النّسبة
1	لأنها مسيسة وتخضع للرقابة العسكريّة الإسرائيليّة	18	25.7%
2	لعلمي أنّها موجّهة وغير دقيقة	15	21.4%
3	لأن ذلك يتنافى مع قواعد المسؤوليّة الاجتماعيّة تجاه الوطن.	15	21.4%
4	لأنها تتعارض مع أخلاقيّات المهنة	11	15.7%
5	خوفا من الاستدعاء والمحاسبة	4	5.7%
6	لأنّ سياسة وسيلتي الإعلاميّة ترفضها	4	5.7%
7	لأن جمهوري وجمهور وسيلتي يرفضها ولا يثق بها	3	4.3%
الإجمالي		70	100%

ملاحظة: تمّ اختيار أكثر من إجابة. (N لا تساوي 30)

بحسب بيانات الجدول السّابق (13) وفيما يتعلّق بالأسباب الّتي تحول دون اعتماد غالبية الصّحفيين الفلسطينيين للمصادر الإسرائيلية فكانت لقناعتهم بأنّ هذه المصادر

(1) سامي عبد الرحمن، تسلُّل الرواية الإسرائيلية للإعلام الفلسطيني: الأسباب والمعوقات، مقال منشور عبر موقع نون بوست بتاريخ (16/09/2021)

https//:www.noonpost.com/content41831/

مسيسة وتخضع للرقابة العسكرية الإسرائيليّة بنسبة 25.7%، ولأنّها أيضًا موجّهة وغير دقيقة بنسبة 21.4%، والنّسبة نفسها أيضًا لصالح السّبب الذي يقول إنّها مصادر تتنافى مع قواعد المسؤوليّة الاجتماعيّة.

وفي سبب ذات علاقة بالبعد المهني حصل السّبب الذي يقول إنّها تتعارض مع أخلاقيّات المهنة على 15.7%.

أمّا الأسباب الّتي لا ترتبط بموقف الصّحفي تتعلق بالخوف من المساءلة أو لأن ذلك يمثّل سياسات الوسيلة وليس بالضّروة أنّها تنسجم مع رغبة الصّحفي فحصلت على 5.7% صوت لكل منها بإجمالي 11.4%.

في حين كان السّبب الأخير بنسبة ضئيلة 4.3% عدم اعتماد الصّحفي على المصادر الإسرائيليّة كون جمهور الوسيلة وجمهور الصّحفي يرفض المصادر الإسرائيليّة ولا يثق بها.

وبالوقوف عند نتائج الجدول السّابق نجد أنّ رفض الصّحفيين الفلسطينيين للمصادر الإسرائيلية يتركز في الاعتبارات المهنيّة والأخلاقيّة ولاعتبار المسؤوليّة الاجتماعيّة بنسبة إجماليّة تصل إلى 84.5%، فيما كانت النّسبة الباقية 15.5% هي فقط لصالح الأسباب الأخرى الخارجة عن إرادة الصّحفي وموقفه مثل الخوف من المساءلة، وموقف الوسيلة، ومراعاة مشاعر الجمهور.

في قراءة الباحثين، فإنّ هذه النّتيجة تعني أنّ نسبة من يمكن أن يلجأوا إلى المصادر الإسرائيليّة بإرادتهم لقناعتهم بها لا تتجاوز 15%، أمّا البقية الغالبة فهم مقتنعون بأنّها موجّهة وغير دقيقة وبانحيازها للاحتلال ومخالفتها لمبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة وأخلاقيّات المهنة.

جدول رقم (14)

الأسباب الّتي تدفع بعض الصّحفيين للاعتماد على المصادر الإسرائيليّة

م	الأسباب التي تجعلك تعتمد على المصادر الإسرائيليّة:	النّتائج	النّسبة
1	التّعرف إلى الرّأي العام الإسرائيلي	20	45.5%
2	معرفة الحدث من مصادره	11	25%
3	الإعلام الإسرائيلي يتمتع بالسّرعة والجاذبيّة	4	9%
4	وسيلتي الإعلاميّة تطلب مني ذلك	3	7%
5	حتى أظهر بشكل محايد أمام جمهوري	4	9%
6	بنظري هو إعلام مهني وموضوعي	2	4.5%

ملاحظة : تمّ اختيار أكثر من إجابة. (N لا تساوي 30)

الجدول السّابق رقم (14) ألقى الضّوء على الأسباب الّتي تدفع بعض الصّحفيين للاعتماد على المصادر الإسرائيليّة، وهؤلاء يمثّلون نسبة قليلة مقارنة بمن يرفضها شكلاً ومضمونًا، كما أظهرت لنا بيّنات الجدول الذي سبقه رقم (13).

أظهرت نتائج تحليل بيانات الجدول السّابق أنّ غالبية الصّحفيين يتوجّهون إلى المصادر الإسرائيليّة من أجل التّعرّف إلى الرّأي العام، ثم معرفة الحدث، الذي يتعلّق بالشّأن الدّاخلي الإسرائيلي من مصدره، وهؤلاء مجتمعون يمثلون 70% تقريبًا من إجمالي من يتعامل مع هذه المصادر.

تفيد الصّحفية «سمر شاهين» أنّنا كصحفيين نتوجّه إلى المصادر الإسرائيليّة لنقل غالبيّة الأحداث الإخباريّة من المصادر الإسرائيليّة لاعتبار أنّ الرّقابة الإسرائيليّة تمنع وصول الطّواقم الصّحفية الفلسطينية لمكان الحدث بخاصّةٍ إذا كان الحدث ذات بُعد أمني، فيما نحاول أن نحصل على مصادر أخرى، لكن قليلاً ما نوفّق في ذلك، ومن الطّبيعي أن يقع الصّحفي في عدم دقّة المعلومات في ظلّ الرّقابة الّتي توجّه الرّواية باتّجاه ما يخدم الموقف الرّسمي الإسرائيلي [1]، وبحسب هذا الرّأي، فإنّ الصّحفيين يتعاملون مع المصادر الإسرائيليّة بحكم المضطر.

(1) سمر شاهين، مدير تحرير صحيفة فلسطين، مقابلة شخصية بتاريخ 15/11/2021

بعض الصّحفيين بنسبة 9% يرى أنّ المصادر الإسرائيليّة تمتاز بالسّرعة والجاذبيّة، لكن 2% فقط الذين شهدوا للإعلام الإسرائيلي بأنّه مهني وموضوعي.

هناك من صرَح بوضوح أنّه يلجأ إلى المصادر الإسرائيليّة حتى يظهر بشكل محايد، وهؤلاء يمثّلون 9% من إجمالي الآراء، فيما 7% أفادوا أنّ الأمر يأتيهم على شكل تكليفات من إدارة مؤسّستهم، وهم بذلك لا حول لهم ولا قوة في تنفيذ التّعليمات.

جدول رقم (15)

المحاذير التي تمنع الصّحفي الفلسطيني من التّعامل مع وسائل الإعلام الإسرائيليّة ومصادرها

م	أبرز المحاذير التي تمنع الصّحفي الفلسطيني من التّعامل مع وسائل الإعلام الإسرائيليّة ومصادرها:	النّتائج
1	دافع وطني وقومي	22
2	المراقبة الذّاتيّة	20
3	دافع مهني	18
4	مساءلة وزارة الإعلام	7
5	صورة الصّحفي في المجتمع	6
6	موانع تتعلّق بالوسيلة الإعلاميّة	6
7	المحاسبة من الجهات الأمنيّة	3
8	محاسبة نقابة الصّحفيين	2

ملاحظة: تمّ اختيار أكثر من إجابة.. (N لا تساوي 30)

يظهر الجدول السّابق رقم (15) أبرز المحاذير والدّوافع الّتي تمنع الصّحفي الفلسطيني من التّعامل مع وسائل الإعلام الإسرائيليّة ومصادرها، وقد جاء في مقدّمتها الدّافع الوطني، والقومي، والمراقبة الذّاتية، والدّافع المهني.. ممّا يؤكّد بشكل واضح أنّ الصّحفي الفلسطيني لديه انتماء لقضيته ومهنته، ويلتزم بمبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة تجاه المجتمع.

أمّا مسألة الخوف من المراجعات والمحاسبات، فكانت بنسب متدنيّة، وفي مقدّمته خشية مساءلة وزارة الإعلام، والمكتب الإعلامي الحكومي، ثم الجهات الأمنيّة الّتي تتبع أيضًا للحكومة فيما كان الاعتبار لنقابة الصّحفيين محدود جدًا.

أبرز النّتائج الّتي توصّلت إليها الدّراسة:

- توصّلت الدّراسة إلى أنّ المسؤوليّة الاجتماعيّة تتعزّز لدى المؤسسات الإعلاميّة والعاملين فيها كلّما نضجت لديهم الخبرة والتّجربة في التّعامل مع القضايا كلّها، بخاصّة تلك التي هي محلّ خلاف مثل الاعتماد على مصادر الاحتلال.
- أكّدت الدّراسة بأنّ الغالبيّة العظمى من الصّحفيين الفلسطينيين يرون أنّهم ومؤسّساتهم الإعلاميّة ملتزمون نحو نظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة وبنسبة وصلت إلى 90% من إجمالي أفراد عيّنة الدّراسة.
- خلصت الدّراسة بأنّ الصّحفي الفلسطيني عند اعتماده على المصادر الصّحفيّة إنّما يراعي مبادئ المسؤوليّة الاجتماعيّة، وفي مقدّمتها التزامه بأخلاقيّات المهنة والالتزام الذّاتي تجاه المجتمع وليس من منطق الخوف من المحاسبة من قبل الجهات المسؤولة، ومن أبرز مبادئ المسؤوليّة الاجتماعيّة الّتي يرونها الصّحفيين الفلسطينيين بأنفسهم بالتّرتيب هي:

  - الالتزام بأخلاقيّات المهنة -الالتزام الذّاتي- الالتزام بمواثيق شرف المهنة.
  - مبدأ الالتزام الجماعي- مبدأ الالتزام الوجوبي والإلزامي.

- توصّلت الدّراسة إلى أنّ التزام الصّحفي الفلسطيني بمتطلّبات المسؤوليّة الاجتماعيّة عالية وتصل إلى 60%، مقابل 13.3% فقط الذين كانت نسبة الالتزام لديهم منخفضة، أمّا باقي أفراد العيّنة كانت نسبة التزامهم متوسطة.
- بيّنت الدّراسة أنّ 80% من أفراد العيّنة يرون أنّ الاستعانة بالمصادر الإسرائيليّة مخالف لمبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة في العمل الصّحفي، بمقابل 13.3% فقط اعتبروا أنّ بعض المصادر العربيّة تخالف مبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة، و6.7% اعتبروا أنّ المصادر الدّوليّة هي الّتي تخالف مبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة.
- أظهرت الدّراسة أنّ غالبيّة الصّحفيين الفلسطينيين يعتبرون أنّ الاعتماد على المصادر الإسرائيليّة بمثابة خرق للمسؤليّة الاجتماعيّة والمسؤوليّة الوطنيّة، حيث ذهب 80% من أفراد العيّنة أنّ المصادر الإسرائيليّة تخالف مبدأ المسؤولية الاجتماعية في العمل الصّحفي.
- توصّلت الدّراسة إلى أنّ الصّحفيين الفلسطينيين يعتمدون المصادر الرّسمية في

المرتبة الأولى، ثم المصادر المحليّة والمصادر العربية في المرتبة الثانية والثالثة، فيما جاءت المصادر الإسرائيليّة والمصادر غير الرّسمية في المرتبة الأخيرة.

- رصدت الدّراسة مجموعة المعايير الّتي يراعيها الصّحفيون الفلسطينيون عند اختيارهم لمصادرهم، وفي مقدّمتها: « المسؤوليّة الاجتماعيّة تجاه الوطن ثمّ المعايير المهنية والموضوعية»، أمّا في المرتبة الثّالثة والرّابعة كان معيار دعم رواية المقاومة والانحياز للرواية الفلسطينية، فيما كان المعيار الخامس هو رفض الرواية الإسرائيليّة، ثم معيار «الحيادية»، وفي الختام كان معيار «مراعاة سياسة الوسيلة الخاصّة».

- لم يوافق أيّ صحفي من أفراد العيّنة على أنّ معيار المصالح الشّخصيّة هو ضمن المعايير الّتي تحكم الصّحفي عند اختيار مصادره، ومن خلال القياس والتّحليل فأنّ الصّحفي الفلسطيني يتمتع بدرجة عالية من المسؤوليّة الاجتماعيّة تجاه الوطن، بالإضافة إلى التزامه بالمهنيّة والموضوعيّة حتى في تعامله مع القضايا الوطنيّة والخلافيّة، لكن في تعامله مع الاحتلال فهو ليس حياديًا ويصرّح بانحيازه لرواية المقاومة ويرفض الرواية الإسرائيلية. *

- توصّلت الدّراسة إلى أنّ المواقع الإلكترونيّة في مقدّمة المصادر الإسرائيليّة التي يتابعها الصّحفيون الفلسطينيون الذين يتابعون مصادر إسرائيليّة للحصول على معلوماتهم، ثمّ جاءت وبالتّرتيب: « الوكالات ثمّ الصّحف والمجلات ثم القنوات التّلفزيونية وأخيرًا الإذاعات والاتّصال المباشر والإعلام الجديد»، وهذا مؤشّر إلى أنّ الصّحفي الفلسطيني لا يتعامل مع الوسائل الإعلاميّة الإسرائيليّة مباشرة، ولا يتعامل مع مصادر حيّة طرف الاحتلال حتى لو كانت عبر السوشيال ميديا أو منصّات الإعلام الجديد كونها تفاعليّة، فهو لديه موقف مبدئي من عدم التعامل مع الاحتلال وأدواته كلّها. لكنّه يتابع عبر المواقع الإلكترونية وعبر القنوات والصّحف والوكالات رواية الاحتلال ومنها يستقي بالحدّ الأدنى ما يحتاجه من معلومات ضرورية تعينه على إنجاز مهامه الصّحفية.

- كشفت الدّراسة على أنّ اعتماد الصّحفيين على المصادر الإسرائيليّة كمصدر للمعلومات خلال تغطياتهم الصّحفية للحرب الأخيرة على غزة « معركة سيف القدس» (مايو 2021) كانت منخفضة إلى منعدمة بنسبة تصل إلى 60%، فيما

كانت نسبة اعتماد 26.7% من أفراد العيّنة عليها متوسطًا، أمّا أفراد العيّنة الذين كانت المصادر الإسرائيليّة تعتبر رئيسة لعملهم خلال الحرب الأخيرة على غزة والاعتماد عليها كان عاليًا أو عاليًا جدًا هم 13.3%.

- أظهرت الدّراسة جملة الأسباب الّتي تحول دون اعتماد غالبيّة الصّحفيين الفلسطينيين على المصادر الإسرائيليّة فكانت في مقدّمتها: «قناعة الصّحفي بأنّ هذه المصادر مسيسة وتخضع للرقابة العسكريّة الإسرائيليّة بنسبة 25.7%، وهي أيضًا موجهة وغير دقيقة بنسبة 21.4%، وتتنافى مع قواعد المسؤوليّة الاجتماعيّة بنسبة 21.4%.
- استنتجت الدّراسة أنّ غالبيّة الصّحفيين الذين يتوجّهون إلى المصادر الإسرائيليّة يلجأون إليها من أجل التّعرّف إلى الرّأي العام ثمّ معرفة الحدث الذي يتعلّق بالشّأن الدّاخلي الإسرائيلي من مصدره، وهؤلاء مجتمعون يمثلون 70% تقريبًا من إجمالي من يتعامل مع هذه المصادر.
- توصّلت الدّراسة إلى أبرز المحاذير والدّوافع الّتي تمنع الصّحفي الفلسطيني من التّعامل مع وسائل الإعلام الإسرائيليّة ومصادرها، وقد جاء في مقدّمتها الدّافع الوطني، والقومي، والمراقبة الذّاتيّة، والدّافع المهني، ممّا يؤكّد بشكل واضح أنّ الصّحفي الفلسطيني لديه انتماء لقضيّته ومهنته ويلتزم بمبدأ المسؤوليّة الاجتماعيّة تجاه المجتمع، أمّا مسألة الخوف من المراجعات والمحاسبات، فكانت بنسب متدنيّة، وفي مقدّمتها: الخشية من مساءلة وزارة الإعلام والمكتب الإعلامي الحكومي، ثمّ الجهات الأمنية التي تتّبع أيضًا للحكومة فيما كان الاعتبار لنقابة الصّحفيين محدودًا جدًا.

توصيات الدّراسة ومقترحاتها:

استخلص الباحثان في ضوء ما توصّلت إليه الدّراسة من نتائج جملة من التّوصيات هي الآتية:

1 - ضرورة تعزيز ثقافة المسؤوليّة الاجتماعيّة لدى القائمين على المؤسسات الإعلاميّة الفلسطينيّة والصّحفيين العاملين فيها من خلال التّوعية والتّدريب.

2 - تعزيز مبدأ الرّقابة الذّاتيّة لدى الصّحفيين حول اعتمادهم للمصادر الإسرائيليّة وغيرها من المصادر المشبوهة.

3 - قيام نقابة الصّحفيين الفلسطينيين بدورها الوطني والأخلاقي في مراقبة أداء وسائل الإعلام، بخاصّة تلك التي تعتمد المصادر الإسرائيليّة كمصدر رئيس في تغطياتها.

4 - السّعي إلى عمل ميثاق شرف صحفي فلسطيني ملزم لكلّ وسائل الإعلام الفلسطينيّة يراعي المسؤوليّة الاجتماعيّة عند الاعتماد على المصادر الإسرائيليّة، بخاصّة خلال التّغطيات في أوقات الحروب.

5 - كشف زيف الإعلام الإسرائيلي وأباطيله حتى لا تبقى بعض الوسائل الإعلاميّة بخاصة التي لها مكاتب في فلسطين مخدوعة بها.

6 - إعداد منهج متخصص حول المسؤوليّة الاجتماعيّة في الإعلام واعتماده كمساق يدرس لطلبة الصّحافة والإعلام في الجامعات الفلسطينية.

7 - السّعي إلى إنشاء مسار موحد للمعلومات خلال وقت الأزمات والحروب يتمّ من خلاله توضيح ما يخدم القضيّة الفلسطينية وما يضرّ بها وبمقاومتها.

المراجع:

1. الترك والأطرش، (2019) استخدامات الصّحفيين الفلسطينيين للمصادر الإسرائيلية والإشباعات المتحققة - دراسة ميدانية.
2. الشيخ علي، (-2012م)، استخدام الجمهور الفلسطيني لوسائل الإعلام الإسرائيليّة والإشباعات المتحققة منها – دراسة تطبيقية على حربي 2008.
3. حسين سمير، (2006م) بحوث الإعلام ط1 (القاهرة: عالم الكتب).
4. خولة بحري، (2020)، إشكاليّة الخطاب الأخلاقي المسؤول من وجهة نظر صناع القرار الإعلامي: دراسة ميدانية على القائم بالاتّصال في كلّ من جريدة الخبر والشروق، مجلة الدّراسات الإعلاميّة، المركز الدّيموقراطي العربي- برلين ألمانيا.
5. سامي عبد الرحمن، تسلُّل الرواية الإسرائيليّة للإعلام الفلسطيني: الأسباب والمعوقات، مقال منشور عبر موقع نون بوست بتاريخ (16/09/2021) https://www.noonpost.com/content/41831
6. سمر شاهين، مدير تحرير صحيفة فلسطين، مقابلة شخصيّة بتاريخ 15/11/2021

1. صالح أبو أصبع، وسائل الإعلام والمسؤوليّة الاجتماعيّة، مقال علمي منشور بتاريخ (24 مايو 2016) على موقعه: (https://abuosba.net/page-104.html).

7. ريم جعرور، (2021). اتّجاهات الجمهور نحو احتمالات تأثير مواد الشّؤون الإسرائيليّة في الصّحافة الفلسطينية على القيم الوطنية- دراسة ميدانية على محافظات غزة. دراسة ماجستير. الجامعة الإسلاميّة: كلية الآداب. فلسطين: غزة.

8. دائرة الإحصاء المركزية الفلسطينية، التّقرير الدّوري لعام 2020.

9. الدّليل الإعلامي الفلسطيني 2014، وزارة الإعلام الفلسطينية، الإدارة العامة للمطبوعات، ط 3.

10. نادية ناجي، المسؤوليّة الاجتماعيّة للصحافة العراقية: دراسة في موضوعيّة الأخبار السياسيّة في جرائد (الصباح، والزمان، وبغداد، والعدالة)، 2013.

11. محمد حسام الدين، المسؤوليّة الاجتماعيّة للصحافة. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2003.

12. هبة شاهين، (2014)، المسؤوليّة الاجتماعيّة والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب: دراسة تطبيقيّة على 16 الجمهور والصّفوة الإعلاميّة والأمنيّة. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المؤتمر العلمي حول دور الإعلام العربي في التّصدي لظاهرة الإرهاب.

13. عزة مصطفى الكحكي، حدود الحريّة والمسؤوليّة كما يراها القائم بالاتّصال بقناة الجزيرة الأخباريّة، دراسة مقدّمة للمؤتمر العلمي الدّولي الرّابع عشر تحت عنوان: «الإعلام بين الحريّة والمسؤوليّة، يوليو 2008.

14. عبد الحميد محمد (2004)، البحث الإعلامي في الدّراسات الإعلاميّة ط2 (القاهرة: عالم الكتب).

15. عماد الأفرنجي (مراسل صحيفة القدس ومدير قناة القدس في غزة سابقًا) مقابلة في مكتبه بتاريخ 20/9/2021م.

16. محمد حسام الدين، المسؤوليّة الاجتماعيّة للصحافة. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003.

17. موسوعة ويكيبديا: الاشتباكات الإسرائيلية الفلسطينية 2021 - (wikipedia.org).

17. Kingsley, Patrick (2021). “Evictions in Jerusalem Become Focus of Israeli-Palestinian Conflict”. The New York Times.. 2021 بتاريخ 09 مايو

أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ضوء التشريعات الجزائرية
« قانون 1982، 1990، 2012 نموذجا»

د. نور الدين بن سولة

بيوض بدرة / جامعة معسكر – الجزائر

Abstract:

Technological development has radically changed the information and communication system, not only in terms of the classic components of this science (sender, message, recipient) that have been addressed in many researches and specialized literature in the field, but the change extended to ethical practices in terms of commitment to these ethics And charters and in terms of overcoming them on the one hand, and on the other hand, the extent to which the organizational and ethical texts keep pace with the changes that affected media practice, especially with the emergence of new media that changed the concepts and classic media practices with the revolution brought about by Web 2.0 and the emergence of citizen journalism through social media platforms.

مقدّمة :

أدّى التّطوّر التّكنولوجي إلى تغيير المنظومة الإعلاميّة والاتّصاليّة بشكل جذري، ليس فقط من حيث العناصر الكلاسيكيّة المكوّنة لهذه العلميّة (مرسل، رسالة، متلقي) والتي تمّ تناولها في كثير من الأبحاث والمؤلّفات المتخصّصة في المجال، ولكن امتدّ التّغيير إلى الممارسات الأخلاقيّة من حيث الالتزام بهذه الأخلاقيّات والمواثيق ومن حيث تجاوزها من جهة، ومدى مواكبة النّصوص التّنظيميّة والأخلاقيّة للتغييرات الّتي مسّت الممارسة الإعلامية من جهة أخرى، بخاصّة مع ظهور الإعلام الجديد الذي غيّر المفاهيم والممارسات الإعلاميّة الكلاسيكيّة مع الثّورة التي أحدثها الويب 2.0 و ظهور صحافة المواطن عبر منصّات التّواصل الاجتماعي.

وعليه، فإنّ القوانين والمواثيق المنظّمة للممارسة الإعلاميّة لم تعد تنطبق على الصّحفيين أو المؤسسات الإعلاميّة التّقليديّة، بل أصبحت تمتد إلى النّشاط الإعلامي بغضّ النّظر عن الفاعلين في العمليّة؛ من جانب آخر، سنلاحظ أنّ الإفرازات التّكنولوجيّة الحديثة في مقدّمتها مواقع التّواصل الاجتماعي والتّدوين الإلكتروني أسهمت في شدّة المنافسة بين المؤسّسات الإعلاميّة والمدونين، وهو الأمر الذي انعكس سلبًا على أخلاقيّات النّشر الإعلامي في إطار المنافسة للرفع من نسبة المتابعة والمشاهدة.

نسعى من خلال هذه المداخلة العلميّة إلى الوقوف أمام النّصوص القانونيّة والمواثيق الأخلاقيّة التي تنظّم الممارسة الإعلاميّة بالجزائر من خلال عرض نماذج منها والإجابة على الإشكاليّة الآتية:

ما الممارسات والتّجاوزات الإعلاميّة التي تناولتها النّصوص القانونيّة الجزائريّة؟ وما مدى مواكبة هذه النّصوص للتغييرات التي مسّت الممارسة الإعلاميّة الجديدة؟

1. تحديد المفاهيم: ICI

أخلاقيّات الممارسة الإعلاميّة: لكلّ مهنة في المجتمع أخلاقيّات وسلوكيات تعبّر في مضمونها عن العلاقات بين ممارسيها من ناحية، والعلاقات بينهم وبين عملائهم من ناحية ثانية، وبينهم وبين المجتمع الذي ينتمون إليه من ناحية ثالثة، وهذه الأخلاقيّات والسّلوكيات قد يكون متعارفًا عليها، وقد تكون مبادئ ومعايير يضعها التنظيم المهني للمهنة، كما يُقصد بها التزام العاملين بمؤسسات الاتّصال الجماهيري (المؤسّسات الإعلاميّة) في سلوكهم تجاه أنفسهم وتجاه جماهيرهم بمبادئ وقيم أساسية، وهو التزام شخصي كنوع من الواجبات ليكون سلوكه سليمًا؛ وتعرّف الدّكتورة «سامية محمد» أخلاقيّات المهنة بأنّها تشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في المؤسّسات الإعلاميّة، وكذلك الاتّجاهات الفعّالة والدّعاوى المتصلة بكلّ ما هو ملائم في أسلوب العمل والإنجاز؛ ومن الأفكار والنّماذج التي طرحتها الدّكتورة «سامية محمد» الالتزام بالموضوعيّة في إعداد الأنباء والدّعاوى المتّصلة بأكثر الصّور التّكنولوجيّة ملائمة لتحقيق مهام اتصاليّة ذات نوعية خاصّة.

استنادًا إلى ما سبق، إنّ التّعريفات ركّزت على الممارسة الإعلاميّة من حيث العاملين بالمؤسّسات الإعلاميّة، في حين أنّ هذه التّعريفات لم تعر أيّ أهميّة للنشاط الإعلامي الممارس من طرف ما يعرف بصحافة المواطن على مستوى المنصّات الاجتماعيّة التي

أصبحت تشكّل مصدرًا مهمًّا للمعلومات والنّشاط الإعلامي.

لذلك، في مداخلتنا هذه، نشير إلى الممارسة الإعلاميّة كلّ نشاط صادر عن شخص طبيعي أو معنوي يهدف إلى نقل رسالة مكتوبة، أو صوتيّة، أو مصوّرة، أو في شكل مقاطع فيديو، أو أية تقنيّة، تكون موجّهة لجماهير واسعة من خلال الوسائط المختلفة، بغض النّظر أنّ أحد أطرافها يمارس نشاطه في شكل رسمي أو في إطار إعلام المواطن، كذلك المقصود بالمسؤوليّة الأخلاقيّة في نظرنا لا تقتصر على مدى الالتزام بالنّصوص القانونيّة أو المواثيق المهنيّة لأنّ هذه النّصوص والمواثيق يمكن أن تسجّل في مرحلة من مراحلها ركود وعدم مواكبة للتغييرات التي تفرضها التّكنولوجيا بشكل متسارع، بل تمتدّ هذه المسؤوليّة إلى الأبعاد الاجتماعيّة النّاتجة عن ممارسة هذا النّشاط، كاستغلال الأطفال في المحتوى الإعلامي، أو صناعة صور نمطيّة سلبيّة لفئات اجتماعيّة معيّنة كالمرأة، أو صراع الأديان والثّقافات وغيرها...

هذه المسؤوليّة بمفهومنا تكون متفاوتة بتفاوت المجتمعات والثقافات، ويتمّ تحديدها بناءً على دراسات نفسيّة واجتماعيّة دوريّة ومتجدّدة توازيًا مع النّصوص القانونيّة، ويكون المعيار الخاص بتقييم ما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي هو الأبعاد المترتّبة على المحتوى الإعلامي المنشور في مختلف الوسائط والقنوات، والذي يمكن أن يكون له تأثير اجتماعي أو نفسي، أو ترسيخ مفاهيم وثقافات دخيلة على الثقافة المحليّة، أو إثارة الفوضى السّياسية والأمنيّة وغيرها...

النّصوص التّنظيميّة والقوانين:

في دراستنا هذه، نقصد بالنّصوص التّنظيميّة القانونيّة النّصوص الصّادرة عن هيئات رسميّة أو جمعيات مهنيّة تسعى إلى تنظيم الممارسة الإعلاميّة، وتحدّد مجموعة من القواعد لتحديد الحقوق والواجبات لمختلف الأطراف مهنيين بالقطاع، جماهير، مؤسّسات إعلاميّة وغيرها، كما تحدّد هذه النّصوص العقوبات المترتبة عن تجاوز القواعد المحدّدة.

2. النّصوص القانونيّة الجزائريّة الّتي تناولت الأخلاقيّات المهنيّة للممارسة الإعلاميّة:

أ ـ قانون الإعلام لسنة 1982: صدر هذا القانون في 06 فبراير/شباط 1982، ويعتبر أوّل قانون إعلام بتاريخ الجزائر، وتناول القانون مجموعة من المواد الخاصّة بأخلاقيّات المهنة الإعلاميّة والتي يمكن إحصاؤها في خمس (05 مواد):

المادّة 5: يعمل الصّحفي المحترف بكلّ مسؤوليّة والتزام على تحقيق أهداف الثّورة كما تحدّدها النّصوص الأساسيّة لحزب جبهة التّحرير الوطني».

هذا يعني، أنّ الصّحفي لا بدّ له أن يكون ملتزمًا بمبادئ حزب جبهة التّحرير الوطني، ويدافع عن المبدأ الاشتراكي؛ بالتّالي، ربط الصّحفي إيديولوجيًا بمبادئ الحزب الواحد.

المادّة 42 : يجب على الصّحفي المحترف أن يحترس من إدخال أخبار خاطئة أو غير ثابتة وينشرها أو أن يسمح بنشرها، واستعمال الامتيازات المرتبطة بالمهنة في أغراض شخصيّة والاحتراس من تقديم الأعمال الممجدة لمزايا مؤسسة أو مادّة يعود بيعها أو نجاحها لفائدة الصّحفي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

المادة 43: يجب على الصّحفي المحترف زيادة على احترام مبادئ الأخلاق المهنيّة والمسؤوليّة الاجتماعيّة، أن يجعل عمله مندرجًا في إطار السّمو بالمثل العليا لتحرير الإنسان، والسّلام، والتّعاون ضمن روح العدالة والمساواة بين الشّعوب."

المادة 45: للصحافي المحترف الحق والحرية الكاملة في الوصول إلى مصادر الخبر في إطار الصّلاحيات المخوّلة له قانونًا"

وهنا، نجد غموضًا آخر، فالمادّة منحته الحق للوصول إلى المعلومات من جهة، ومن جهة أخرى وسيلة ضغط قانونية هي الصّلاحيات المخوّلة له.

المادة48 : سرّ المهنة حقّ وواجب معترف به للصحافيين "وهذا أمر جيّد وضروري لترقية الممارسة الإعلاميّة لولا أنّ هذا الحقّ مقيّد من حماية السّرّ المهني، وذلك في

المادة 49 : التي تحدّد مجالات ليس للصّحفي الحق في الاحتفاظ بالسّرّ المهني في أثنائها، و**هي:**

- مجال السّرّ العسكري على الشّكل الذي يحدّده التّشريع المعمول به،

- السّرّ الاقتصادي والاستراتيجي،

-عندما يمس الإعلام أطفالا ومراهقين،

-عندما يتعلق الأمر بأسرار التّحقيق القضائي،

وهذا ما قد يعرقل الصّحفي ويمنعه من ممارسة المهنة بشكل جيّد،

كما تضمن المادّتين **125،121** حق النّقد البنّاء والموضوعي،

وجاء في المادة 121: لا يشكّل النّقد الرّامي إلى تحسين تنظيم المصالح العمومية وسيرها جريمة من جرائم القذف.

المادة **125** : لا يعدّ النّقد الهادف والموضوعي الصّادر بدافع من الحرص على تحسين وترقية الفن الذي لا يقدح في شرف وفي اعتبار الشخص صاحب العمل الفني من قبيل جرائم القذف.

ما نلاحظه أنّ هذا القانون كرّس مجموعة من الحقوق، وحدّد مجموعة من الواجبات، لكنّه سرعان ما يحدّها، ممّا جعل بعض الحقوق صعبة المنال لكثرة المواد القانونيّة التي تحتوي على ممنوعات وضوابط وتوجيهات تحدّ من قدرة الصّحفي على القيام بدوره كاملًا.

كما يمكن القول، إنّ هذا القانون تطرّق وبطريقة سريعة وغامضة لأخلاقيات المهنة، حيث لم يحدّد المقاييس والمعايير التي تبني مبادئ أخلاقيّات المهنة، ونجد أنّ معظم مواد هذا القانون تغلب عليها صفة القاعدة القانونيّة الآمرة، وطابع الوجوب والمنع والعقاب في أكثر من نصف هذا القانون، حيث بلغ عدد المواد التي نصّت على الواجبات والممنوعات والعقوبات في حقّ الصّحفي والمؤسّسة 68 مادّة، في المقابل نجد 17 مادة فقط نصّت على حقوق الصّحفي والمواطن في الإعلام [1] .

يعتبر قانون الإعلام الذي جاء في 03 أفريل/ نيسان 1990 من بين أهم المكتسبات التي حققتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988 ودستور 23 فيفري/ شباط 1989، وظهور التّعددية السياسية التي كان عامل من عوامل اتّساع الحريّة الإعلاميّة، والظّهور، والرّأي الآخر، تزامن ظهور قانون الإعلام 1990 مع الزّيادة في أجور الصّحفيين وزيادة المنتوج الإعلامي، وفتح أبواب الممارسة الدّيمقراطية، والتّعدديّة الفكريّة، وحريّة التّعبير والرّأي، ويتضمّن هذا القانون 106 مادّة موزّعة على تسعة أبواب، ومن بين هذه المواد نذكر:

3 - قانون الإعلام لسنة 1990:

المادة 03 من الباب الأوّل تنصّ على أنّه «يمارس حقّ الإعلام بحريّة مع احترام كرامة الشّخصيّة الإنسانيّة ومقتضيات السّياسة الخارجية والدّفاع الوطني».

هذا، وأنّ حريّة الحقّ في الإعلام التي ينصّ عليها القانون مشروطة باحترام الضّوابط

التي لخّصتها هذه المادّة.

أمّا المادة 26 من بابه الثّاني فنصّت على أنّ: «يجب ألّا تشمل النّشريّة الدّورية والمتخصّصة الوطنية والأجنبية كيفما كان نوعها ومقصدها على كلّ ما يخالف الخلق الإسلامي، والقيم الوطنية، وحقوق الإنسان، أو يدعو إلى العنصريّة، والتّعصّب، والخيانة سواء كان ذلك رسمًا أو صورة أو حكاية أو خبرًا أو بلاغًا، كما يجب ألا تشمل هذه النّشريّات على أي إشهار أو إعلام من شأنه أن يشجّع على العنف والجنوح». -هذه المادّة وضعت حدودًا للممارسة الإعلاميّة، وأوجبت النّشريّات الدّورية مهما كان نوعها الالتزام بهذه الحدود.

وفي الباب نفسه من المادة 33 التي نصّت على أن: «تكون حقوق الصّحافيين المحترفين في الأجهزة الإعلاميّة العموميّة المستقلّة تعبّر عن الآراء والانتماءات النّقابية أو السّياسيّة... ويكون التّأهيل المهني شرطًا أساسيًا لتعيين التّرقية والتّحويل شريطة أن يلتزم الصّحفي المحترف بالخط العام للمؤسّسة الإعلاميّة».

أيّ أنّ هذه المادّة ربطت حقّ الصّحفي المحترف العامل في الأجهزة الإعلاميّة العموميّة بضرورة استقلاليته عن الآراء والانتماءات النّقابيّة الحزبيّة والالتزام بالخط العام للمؤسسة الإعلاميّة.

أمّا المادة 35 نادت على: «الصحفيين المحترفين الحق في الوصول إلى مصادر الخبر».

معناه أنّ حقّ الصّحفي المحترف للوصول إلى الخبر مضمون قانونيًا، لكن المادة 36 جاءت لتحديد الميادين التي يستثنيها حقّ الوصول إلى مصادر الخبر حيث لم تسمح للصحفي أن ينشر المعلومات التي من طبيعتها أن:

- تمسّ أو تهدّد الأمن الوطني أو الوحدة الوطنية أو أمن الدّولة،
- تكشف سرًّا من أسرار الدّفاع الوطني أو سرًّا اقتصاديًا أو استراتيجيًا،
- تمس بحقوق المواطن وحريته الدستورية،
- تمس بسمعة التّحقيق القضائي،

إضافة إلى ما سبق، نجد المادة 37 تناولت مسألة أخرى وهي قضيّة السّريّة المهنيّة بخاصة في ذلك: السّرّ المهني هو حقّ الصّحفيين الخاضعين لأحكام هذا القانون وواجب

عليهم، ولا يمكن أن يتذرّع السّرّ المهني على السّلطة القضائيّة المختصّة في الحالات الآتية:

- مجال سرّ الدّفاع الوطني كما هو محدد في التّشريع المعمول به.
- الإعلام الذي يعني الأطفال والمراهقين.
- الإعلام الذي يمس أمن الدّولة مساسًا واضحًا.
- الإعلام الذي يمتدّ إلى التّحقيق والبحث القضائيين.

أعطت هذه المادة للصحفيين حقّ السّرّ المهني، ولكنها قيّدت هذا الحقّ وحرمته المساس ببعض المجالات، كما أن قانون 1990 استعرض مادة ركزت وخصّت أخلاق وآداب المهنة وهي: المادة 40 التي تعتبر منعرجًا هامًا لتركيزها على مسألة أخلاقيّات المهنة التي كانت منسية ومهمشة، وجاء في هذه المادّة ما يلي: « يتعيّن على الصّحفي المحترف أن يحترم بكلّ صرامة أخلاق وآداب المهنة في أثناء ممارسته للمهنة».

وقد أكّدت المادة حق الصّحفي في أن يرفض أي تعليمة آتية من مصدر آخر غير مسؤولي التّحرير.

أمّا بخصوص حقّ الرّدّ والتّصحيح فقد أعاد قانون 90 الإجراءات نفسها الواردة في قانون 1982، غير أنّ هناك إضافات جديدة ترد في المادة 44 التي تؤكد تصحيح الخبر بعد 48 ساعة من تقديمه.

كما خصّص بابًا آخر لهيئة جديدة على الساحة الإعلامية وهي المجلس الأعلى للإعلام، وهو سلطة إدارية مستقلة تتمتع بصلاحيات عديدة من شأنها «أخلقة» المهنة، وتطوير المجال الإعلامي؛ وتتشكّل من لجنتين: الأولى، تختصّ بأخلاقيّات المهنة؛ والثّانية، بالتّنظيم المهني؛ هدفهما تنظيم الممارسة الإعلاميّة وتحديد الأخلاقيات، والقواعد المهنية، وكذلك المراقبة والسّهر على الالتزام بها.

وقد جاء الباب التاسع من قانون 90 ردعيًا، به أحكام جزائية، تحتوي على 23 مادة تنصّ على عقوبات لكلّ صحفي ارتكب مخالفة صحفيّة، حيث جاء في المادّة 77 «يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة ماليّة تتراوح بين 10.000 دج و50.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يتعرّض للدين الإسلامي وباقي الأديان السّماوية بالإهانة سواء بواسطة الكتابة أو الصّوت أو الصّورة أو الرّسم أو بأية

وسيلة أخرى مباشرة أو غير مباشرة».

ومادّته 86 نصّت على: «يعاقب كلّ من ينشر أو يذيع عمدًا الأخبار الخاطئة أو المفترية التي شأنها أن تمسّ بأمن الدّولة والوحدة الوطنيّة بالسّجن المؤقت من خمس سنوات إلى عشر سنوات».

التّحريض: أيّ كلّ من أغرى واحدًا أو أكثر بارتكاب جناية أو جنحة، «بأيّ وسيلة من وسائل العلانية» يعدّ شريكًا في فعلها[2].

3.2 قانون الإعلام 2012 :

أعقبت هذه المرحلة بروز مرحلة الصّحافة الإلكترونيّة كطبعة إعلاميّة جديدة ومكمّلة في الوقت ذاته للإعلام التّقليدي، لتتحوّل في فترة وجيزة، إلى وسيلة وظاهرة إعلامية ذات أبعاد متعدّدة، تمتدّ إلى تغيير الإنتاج الإعلامي، والسّلوك الاستهلاكي للقراء، وكذا توجهاتّهم ومواقفهم تجاه القضايا الوطنيّة والدّوليّة الرّاهنة.

يقوم هذا النّمط الإعلامي على الآنيّة وتقاسم الأحداث عالميًا من دون قيود جغرافيّة، بالإضافة إلى امتزاج الثّقافات وإلغاء الخصوصيّة، بالإضافة إلى بثّ العادات والقيم على نطاق غير محدود. من جهتها تعتمد الصّحافة الإلكترونيّة على جهاز إداري وطاقم تحريري يستغني عن الطّبع، الّذي يستبدله بالنّشر الإلكتروني، كما يرتبط استمرارها في سوق الإعلام بمداخيل الإشهار الإلكتروني، كما تميّزها خاصيّة الانفلات من الرّقيب الإعلامي الذي يشكّل هاجس الصّحف الورقيّة.

بعد صدور النّسخ الإكترونيّة لعناوين صحفيّة ورقية في الجزائر ظهرت في المسرح الإعلامي صحفًا إلكترونيّة قائمة بذاتها. وحدث ذلك نتيجة لتوسع استخدام الإنترنت بالنّسبة إلى جمهور القرّاء مع قلّة التّكاليف، بالمقارنة مع الصّحف التّقليديّة (الورقيّة) [3].

في خضم هذه الظّروف صدر القانون العضوي المتعلّق بالإعلام في الجزائر في 12 يناير 2012، متضمن 133 مادّة موزّعة على 12 باب، وأكدّ لأوّل مرّة على ضرورة فتح قطاع السمعي البصري الذي ظلّ محتكرًا ومغلقًا لسنوات وأثار الكثير من الجدل حول هذا القانون بين مؤيد ومعارض له، على اعتبار إن لم يأتِ بما كان منتظرًا منه، ووضعت المادّة الثّانية للقانون الخطوط العريضة للعمل الإعلامي، والإطار العام لها، وحدود الممارسة الإعلاميّة [4].

تتلخص المبادئ التي جاء بها قانون 2012 للإعلام حول أخلاقيّات الممارسة الإعلاميّة في النّقاط الآتية:

- احترام شعارات الدّولة ورموزها،
- التّحلّي بالاهتمام الدّائم لإعداد خبر كامل وموضوعي،
- نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعيّة،
- تصحيح كلّ خبر غير صحيح،
- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر،
- الامتناع عن المساس بالتّاريخ الوطني،
- الامتناع عن الإشادة بالصّفة المباشرة أو غير المباشرة، بالعنصريّة وعدم التّسامح والعنف،
- الامتناع عن السّرقة الأدبيّة والوشاية والقذف،
- الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصيّة أو ماديّة،
- الامتناع عن نشر أو بثّ صور أو أقوال تمسّ بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن [5]،
- و تمنع المادّة 93 انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، ويمنع انتهاك الحياة الخاصّة للشخصيّات العموميّة بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

4. قانون العقوبات:

بدأت جهود المشرّع الجزائري في معالجة القضايا ذات الطّابع الإعلامي الإلكتروني منذ 2004 حيث استحدث في قانون العقوبات في الفصل الثّالث المتعلّق بجرائم الجنح والجنايات قسم خاص تحت عنوان المساس بأنظمة المعالجة الآليّة للمعطيات (القانون رقم 05-04 المؤرخ في 10 نوفمبر2004)، وقد تناول المشرع الجزائري مجموعة من الجرائم الإلكترونيّة في مختلف النّصوص القانونية، ومن بين الممارسات التي تناولها المشرع الجزائري في قانون العقوبات **جريمة المساس بالحياة الخاصة للأفراد** حيث هناك مواد قانونية صريحة في هذا الشأن منها المواد 107 و137 من قانون العقوبات الجزائري التي تجرم التعدي على حقوق الأفراد المشروعة منها الخاصة بمراسلاتهم بكل أنواعها، ونصت المادة 303 من قانون العقوبات الجزائري على ما يلي: «كل

من يفض أو يتلف رسائل أو مراسلات موجهة إلى الآخرين وذلك بسوء نية وفي غير الحالات المنصوص عليها قانونًا في المادة 137، يعاقب بالسجن من شهر واحد(01) إلى سنة واحدة (01) وبغرامة من 25000 د ج إلى 100000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

أمّا المادة 303 مكرّر فتنص على أنه: يعاقب بالسجن من ستة(06) أشهر إلى ثلاث (03) سنوات و بغرامة من 50000 د ج إلى 300000 د ج كل من تعمّد المساس بحرمة الحياة الخاصة للأشخاص بأية تقنية كانت، وذلك:

1- في التقاط، أو تسجيل أو نقل مكالمات أو أحاديث خاصّة أو سرّيّة في غير إذن صاحبها أو رضاه،

2 – في التقاط، أو تسجيل أو نقل صورة لشخص في مكان خاص بغير إذن صاحبها أو رضاه،

يعاقب على الشّروع في ارتكاب الجنحة المشار إليها في هذه المادة بالعقوبة ذاتها المقرّرة بالجريمة التّامة.

إنّ صفح الضّحيّة يضع حدًا للمتابعة الجزائيّة، كما تضيف المادة **303 مكرر1** على أنّه تسلط العقوبة ذاتها، المشار إليها في المادة **303** على كلّ من يقوم بنشر أو الاحتفاظ أو وضع في متناول الجمهور تلك التّسجيلات المنصوص عليها في المادّة 303 مكرّر بخاصّة بواسطة الصّحافة [6] .

5. تعقيب:

من خلال النّصوص السّابقة الذّكر يمكن إعطاء مجموعة من الملاحظات وفق رؤيتنا:

- التّرسانة القانونيّة بالجزائر لها علاقة بالظروف السّياسية والتّكنولوجيّة بالجزائر،
- تأخّر في ظهور النّصوص القانونيّة عن الوضع التّكنولوجي،
- اكتست النّصوص القانونيّة طابع العموميات حيث لم يتمّ التّفصيل في الكثير من المصطلحات والظّواهر الإعلاميّة ممّا يطرح إشكالًا حول آليات الإثباث للمخالفات، وهو ما يفسّر وجود فجوة بين الممارسة القانونيّة والممارسة الإعلاميّة حيث كان يجب التّنسيق بين المجالين،

- عدم تناول أي من النّصوص القانونيّة لصحافة المواطن أو التدوين عبر وسائل التّواصل الاجتماعي، على الرّغم من وجود نصوص تتناول بعض الممارسات في قانون العقوبات، لكن كان الأجدر أن يتمّ تضمينها في قانون كامل موحد.

الخاتمة :

من خلال ما سبق، يتبيّن أنّ الترسانة التشريعية بالجزائر مرّت بمراحل عديدة لضبط الممارسة الإعلامية وتنظيمها بالجزائر، وقد كانت للظروف السياسية والاجتماعية وحتى التّكنولوجية الدور البالغ في توجيه القوانين التّنظيميّة، حيث أنّ التّعدديّة السّياسية بالجزائر أسهمت في إحداث تعدّدية إعلاميّة والزيادة مجال حريّة الممارسة الإعلاميّة، وتقبّل الرّأي والرّأي المخالف، لكن على الرّغم من هذا نلاحظ تأخر في مواكبة القوانين والنّصوص التّنظيميّة للتطور التّكنولوجي في مجال وسائل الإعلام والاتصال، حيث لم تتطرّق أيّ من هذه النّصوص إلى صحافة المواطن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مباشر، على الرّغم من أنّ هناك نصوصًا تتناول بعض السلوكات والممارسات عبر مواد بقانون العقوبات.

المراجع:

1 - محمد عبود مهدي: أخلاقيات العمل الصحفي « المفهوم والممارسة»، من موقع :

https://abu.edu.iq/

2- عبد الجليل حسناوي: أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية «دراسة وصفية وتحليلية لعينة من قوانين الإعلام»، مجلّة العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة، العدد 27، ديسمبر 2016، ص .04

3- منصة التّعليم عن بعد جامعة سطيف 2، محاضرات مقياس تشريعات إعلامية، من موقع:

https//:cte.univ-setif2.dz28/06/2021 :معاينة .

4- محمد برقان : حق الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية» دراسة لواقع الصحافة الالكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012 «، مجلة جيل حقوق الإنسان، العدد:23، من موقع:

http//:jilrc.com.28/06/2021 :معاينة ،

5- رضوان سلامن، علي مهني سامي: أخلاقيات الممارسة الصحفية في الجزائر في ظل التشريعات الإعلامية الجديدة، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد 03، المجلد 01، من موقع:

https//:www.asjp.cerist.dz26/6/2021 :معاينة .

6- منصة التعليم عن بعد جامعة سطيف 2، محاضرات مقياس تشريعات إعلامية، من موقع:

https//:cte.univ-setif2.dz28/06/2021 :معاينة .

قانون العقوبات الجزائري، من موقع:

www.jorab.dz

أخلاقيّات السّلوكيّات الرّقميّة على وسائل التّواصل الاجتماعي
استخدام الإيموجي أنموذجًا

د. ندين بوحمدان

الجامعة اللبنانيّة ـ معهد العلوم الاجتماعيّة

Abstract:

Language is a tool of expression for people, and it is the most important element of culture in society. Among the elements of this language in the virtual age are the expressive symbols that carry the content graphically. However, in the context of their use, they carry their connotations according to the culture of the society in which they are used. Therefore, emojis cannot be considered devoid of their effects and actions in a society, especially in our society that lives cultural anomia in the age of digital spaces, and that is because of living with cultural conditions without having the tools to make and manage them nor agree on accepting them. In addition, there are the multiple crises in different domains and on different aspects, and that shows the reality of the value system in the society.

مقدّمة:

استعمل الإنسان وسائل ورموز التّعبير المختلفة منذ وجوده على سطح المعمورة، فهو كائن اجتماعي يستمر باجتماعيّته وتواصله وتفاعله اليومي مع الآخرين بفطرته، إضافة إلى ضرورة ذلك لتلبيّة حاجاته وإشباعها. مع تطوّر المجتمعات وصولًا إلى الثورة الصّناعيّة الرّابعة، ثورة المعرفة والفضاء السّيبراني والتّواصل الاجتماعي الشّبكي، ظهرت وسائل تعبير جديدة ملائمة لروحيّة التّواصل الرّقمي وهي الإيموجي، الّتي أتاحت للإنسان هامشًا من الحرّيّة للتّعبير عن نفسه. «فحازت التّطبيقات التّواصليّة

الرّقميّة الجديدة على كثير من الاهتمام والانتشار الواسع... ذلك أنّها تمنح أوّل مرّة في التّاريخ أي فرد كان، بمجرّد ارتباطه بشبكة الأنترنت، فرصة نشر أفكاره ومشاعره وتعليقاته على الأخبار والحوادث للعالم، بمساواة وعدالة مع غيره من المستخدمين...أو الرّد والتّعليق والنّقاش في أي قضيّة تهمّه». (ملكاوي، أسماء حسين، 2017، صفحة 64) قد سهّل استخدام الرّموز التّعبيريّة بما لديها من قدرة على إظهار حالة الفرد وتعاطفه أو رفضه لموقف أو خبر أو حدث ما، والاستغناء نسبيًّا عن استخدام العبارات والجمل الطّويلة في التّعليقات على شبكة التّواصل الاجتماعي. هذا ما نلحظه إذا ما رصدنا تفاعل وتعليق روّادها مع خبر ما، إذ نجد عددًا كبيرًا من التّعليقات والتّفاعلات بالرّموز، مقابل عدد أقل بكثير من التّعليقات بالعبارات المكتوبة أو التّعليقات بالصّور وغيرها.

إذًا، غيّرت التّكنولوجيا الرّقميّة أساليب استعمال اللّغة والتّعبير عمّا يراد قوله، لكنّ الإيموجي وحّدت نسبيًا لغة التّعبير بين مختلف المجتمعات والثقافات والقوميّات وأنتجت لغة مشتركة، «لغة بلا أم، تتشارك فيها كل الشّعوب والأوطان والقوميّات». (منصوري، نديم، 2014، صفحة 111) على الرّغم من ذلك، تبقى إشكاليّة أساليب التّعبير محكومة بمعايير مجتمعيّة، ومهندَسَة وفق عناصر ومكوّنات ثقافيّة خاصّة لمجتمع ما كالقيم والعادات والتّقاليد والأعراف والدّين وغيرها، فنجد من يعلّق بإيموجي ضاحك على خبر سيّء أو خبر وفاة شخص ما، أو استعمال إيموجي وجه يقبّل بين فتاة ورجل غريبين عن بعضهما وعلاقتهما افتراضيّة، وغيرها من الأمثلة على استخدامات غير ملائمة لمعايير المجتمع. إذًا، لا يمكن فصل استخدام هذه الرّموز عن البنية المجتمعيّة الّتي تستخدم فيها كونها أداة تفاعليّة، وقد أشار Levy Strauss في إطار دراسته للرّموز الثّقافيّة إلى أنّه لا يكفي «الكشف عن الجوانب الوظيفيّة للأنساق الاجتماعيّة فقط، بل يجب الكشف عن جوهر هذه الأنساق وبواطنها الحقيقيّة»... وقد أسهمت هذه المقاربة النّظريّة في بلورة وإعادة إنتاج عدد من المفاهيم المهمّة حول الإنسان، وفي توفير العديد من المؤشّرات أو المقولات السّوسيولوجيّة والأنثروبولوجيّة الّتي يمكن توظيفها إجرائيًّا، من أجل فهم الواقع المعاش للجماعات الإنسانيّة المدروسة. هذه المؤشّرات تمثّلت في بعض المفاهيم الإجرائيّة الأساسيّة مثل: نظريّة التّبادل أو الاتّصال، الّتي ترى أنّ الاتصال هو عمليّة إرسال واستقبال للرّسائل والشّفرات، ويمكن أن يكون لفظيًّا أو شبه لغوي أو غير لغوي». (أحمد، محمد، 2020، صفحة 295)؛ إذًا، من خلال دراسة الرّموز في إطار

ثقافة ما، يمكن الكشف عن نمط التّفكير في المجتمع، وتبيان قابليّتها لأن تتحمّل الكثير من التّفسيرات المختلفة.

إذا، ما قرأنا سوسيو-ثقافيًا، عبر تحليل مضمون عدد من المنشورات الفايسبوكيّة واستخدام الإيموجي فيها مع مضمون الخبر، ودلالات الإيموجي في سياق الخبر، وتفاعل المتواصلين الافتراضيّين «الأونلاينيين» بحسب تعبير د.منصوري (منصوري، نديم، 2014، صفحة 22)، نلحظ غياب المسؤوليّة الأخلاقيّة والاجتماعيّة عن وسائل التّواصل والاتّصال؛ بالتّالي، يعكس التّحلّل الاجتماعي في إطار التّفاعليّة الرّمزيّة، أي عدم خضوع الأفراد في تفاعلهم الاجتماعي إلى ضوابط ومعايير اجتماعيّة خاصّة بالمجتمع كالقيم والأعراف. هنا، تبرز أهميّة دراسة الرّموز التّعبيريّة الحديثة في العصر الرّقمي ودلالتها في مجتمع له خصوصيّته الثقافيّة؛ لذلك، تنطلق هذه الدّراسة من إشكاليّة محدّدة وهي: ما أهميّة استخدام الرّموز التّعبيريّة على مواقع التّواصل الاجتماعي وتحديدًا الفايسبوك، وكيف تتجلّى أخلاقيّات استخدامها في ظلّ منظومة القيم المحليّة في العصر الرّاهن؟ انطلاقًا من هذه الإشكاليّة تحدّدت فرضيّات الدّراسة كما يلي:

1- إنّ استخدام الرّموز التّعبيريّة (الإيموجي) على وسائل التّواصل الاجتماعي، يمكن أن يسهم في تعزيز اللّغة إذ تحمل دلالات عديدة، وبالتّالي تؤثّر في عمليّة التّفاعل الاجتماعي.

2- إنّ استعمال مستخدمي وسائل التّواصل الاجتماعي للرّموز التّعبيريّة بشكل غير مسؤول أخلاقيًا، يرتبط جدليًّا بانهيار المنظومة الثقافيّة والقيميّة والأخلاقيّة في مجتمعنا العربي بشكل عام واللّبناني بشكل خاص.

تهدف هذه الدّراسة إلى:

1- تبيان أهميّة الرّموز التّعبيريّة كوسيلة تعبير رقميّة ودلالاتها في التّواصل الرّقمي.

2- الكشف عن علاقة أسلوب استخدام الرّموز التّعبيريّة الرّقميّة بتشظّي المنظومة القيميّة الأخلاقيّة والمجتمعيّة في المجتمع اللّبناني.

الدّراسات الّتي تناولت الرّموز الثقافيّة بشكل عام وأخرى تناولت الرّموز التّعبيريّة الرّقميّة أي الإيموجي:

1- دراسة بعنوان «واقع استخدام الرّموز التّعبيريّة في البيئة الإعلاميّة الرّقميّة»

لفيصل العنزي، تهدف للكشف عن واقع استخدام الرّموز التّعبيريّة متناولة وظائفها وسلبيّات استخدامها وعلاقتها بالثقافة والجرائم الاتّصاليّة وأمن المعلومات وكأداة للتسويق، مبرزة أهميّة توحيدها في منصّات التّواصل الرّقمي كلّها، مشيرة إلى تطويرها لاستفادة المكفوفين من الإيموجي العمليّة الاتّصاليّة.

2- دراسة «سيميائيّات الأنساق البصريّة في عصر الأنترنت» 2021، تناولت أصول الإيموجي ووظائفها واستعمالاتها والتّسنين الثقافي لها، بشكل موجز من دون تحليل هذه الاستخدامات في سياق الخبر.

3- دراسة الرّمز والمعنى في الدّراسات السّوسيولوجيّة، وهي دراسة تتناول أبرز النّظريّات السّوسيولوجيّة الّتي تتناول الرّموز الثقافيّة، من دون التّطرّق إلى الرّموز التّعبيريّة الرّقميّة المستحدثة في الفضاء الافتراضي، هذه الدّراسة استفدنا بها في الفهم العام للرّموز ووظائفها في المجتمع وتحليل مضامينها.

تحديد مفاهيم الدّراسة

الرّمز: في علم البيان هو الكناية الخفيَّة، والجمع **رُمُوزٌ**، وهو علامة تَدل على معنى له وجود قائم بذاته، فتمثِّله وتحل محلَّه. قد يُستخدم **الرَّمز** بقصد الإيجاز كما في **الرُّموز** الكيماويّة والحسابيّة والهندسيّة والفيزيائيّة، ويقوم **الرَّمز** الكتابي مقامَ الصَّوت المنطوق.

الرَّمز التَّعبيريّ: **رمز** كالمستخدم في الاختزال، **يرمز** إلى عبارة.

رمز افتراضيّ: **رمز** أو معلومة تُدرج في الحاسوب، تستخدم فقط لتنفيذها حالات معيّنة، كطول الكلمة مثلاً، ولا تؤثّر على العمليّات الحسابيّة.

رمَز الشَّخصُ: غمَز، أومأ وأشار بالشَّفتين أو العينين أو الحاجبين أو الرَّأس أو أي شيء كان، من دون إصدار صوت وذلك بقصد التّفاهم (الرّمز، 2021).

الإيموجي**:** الإيموجي تعبير ياباني مؤلّف من كلمتين: «إي» تعني صورة و«موجي» تعني حرفًا. المصمّم الأساسي للإيموجي، هو الياباني شيغيتاكا كوريتا، الّذي استلهم رسومه الأولى من الرّموز التّعبيريّة للأحوال الجويّة وتوقّعاتها، كما استلهمها أيضًا من «المانغا» (الإيموجي والتّواصل بواسطة الرّموز، 2021). إذًا هي صورة تخيّليّة رقميّة شائعة، يمكن أن تظهر في النّصوص، الرّسائل، البريد الإلكتروني، على منصّات

التّواصل الاجتماعي (العنزي، فيصل، 2020، صفحة 14).

السّلوكيّات الرّقميّة: السّلوك هو سيرة الإنسان وتصرّفه واتّجاهه. (الرّمز، 2021) الرّقمي: إنّ وصف الشّيء بالرّقمي، يعني تقنيًّا الإشارة إلى «عمليّة تتحوّل بها المعلومات (اللّغويّة والبصريّة والسّمعيّة) إلى نوع معيّن من الشّيفرة الرّياضيّة وهو شيفرة الأصفار والآحاد، والقدرة على تحويل المعلومات إلى شيفرة رقميّة، هي الطفرة التّقنيّة الّتي تسمح بوجود الحواسيب والبرامج الحاسوبيّة والأنترنت والشّبكة، والهواتف الذكيّة، وألعاب الفيديو، وصفحات القراءة الإلكترونيّة، وغالبيّة صور الوسائط الجديدة الأخرى». (تي في ريد، جون، 2018، صفحة 61) وبذلك يراد بالسّلوكيّات الرّقميّة، تصرّف الإنسان واتّجاهه على شبكة الأنترنت، والهواتف الذّكيّة، ووسائل التّواصل الاجتماعي، وكل ما يتعلّق بتّقنيّة الحواسيب.

1-الرّموز التّعبيريّة لغة تواصل رقميّة

أ-ولادة الرّموز التّعبيريّة

أولى أشكال التّعبير والتّواصل كانت الرّموز والإشارات، فهي ليست ظاهرة مستجدّة وطارئة في المجتمعات الحديثة وفي عصر التّواصل الافتراضي. وقد تداولت الحضارات القديمة رموزًا صوريّة وأشكالًا تعبيريّة كالكتابة الهيروغليفيّة الصّوريّة، ثم انتشرت الكتابة واللّغة الحرفيّة الأبجديّة من دون إيجاد لغة مشتركة عالميّة، إلى أن ظهرت الرّموز التّعبيريّة على وسائل الاتصال الحديثة الّتي وإن اختلفت دلالاتها بين الثقافات المختلفة، إلّا أنّها تمكّن نسبيًّا من فهم مواقف وتفاعل الأفراد بين ناطقي لغات مختلفة، ما جعل الإيموجي يسمّى «الهيروغليفيّة الحديثة» (Belouis, Julia, 2017, p. 21) وهي تتجدّد بحيث تظهر كل فترة رموز جديدة تتلاءم وتعبّر عن ثقافات محدّدة. قبل ظهور الإيموجي بشكله الحالي، كان مستخدمو تطبيقات الأنترنت يستعملون الرّموز الهندسيّة والحسابيّة لتشكيل رموز للتّعبير عن مشاعرهم رقميًّا Emoticons، إذ تظهر ملامح الوجه من حزن وفرح وصدمة وغيرها بدلاً من التّعبير اللّفظي الكتابي، إلى أن ابتكر «Shigetaka Kurita» شيجيتاكا كوريتا الياباني عام 1995 مجموعة رموز. «النّموذج المبدئي لهذه الرّموز كان عبارة عن مجموعة تتكوّن من 176 صورة، صمّمت بهدف استخدامها في أوّل نظام أساسي لخدمات الأنترنت الخاصّة بالهاتف المحمول، ثم تطوّرت تدريجيًّا حتّى أصبحت بالشّكل الّذي نستخدمه حاليًّا» (العنزي،

فيصل، 2020، صفحة 14) .

منذ انطلاقة الرّموز التّعبيريّة الرّقميّة، تطوّرت بشكل لافت وسريع، واستخدمت كبديل عن بعض العبارات والمواقف اللّفظيّة، ولم تقتصر استخداماتها على الفئات الشابّة المواكبة للعصر الرّقمي، إنّما تداولها أيضًا الأطفال وحتّى كبار السّن، إلى أن سمّيت أحيانًا «حمّى الإيموجي... لقد بدأت هذه الرّموز الجديدة تكتسب مكانًا في روح العصر الثقافيّة. تؤكّد هذه الحقيقة إحصائيّة قامت بها شركة «كاري كانينغ للإعلان والعلامة التّجاريّة»، الّتي استنتجت بدورها أنّ هذه الأيقونات تصبح مع الوقت أداة الاتصال المفضَّلة لدى معظم التّركيبات السّكانيّة». (الإيموجي والتّواصل بواسطة الرّموز، 2021). لكنّ هذا المسار التّطوّري في استخدام الإيموجي تسارعت وتيرته خلال جائحة كوفيد-19، فازدادت أهميّته كوسيلة تعبير، نتيجة لزيادة استخدام وسائل التّواصل الاجتماعي وتطبيقات التّعليم عن بعد والتّسويق وغيرها، بسبب الحجر الصّحّي والتّباعد الاجتماعي الواقعي، ذلك للتّعبير عن المرض والفايروس والإعجاب بالجهود الدّراسيّة للطلّاب وتشجيعهم والشّكر على بعض السّلع ذات الجودة المرضية للزّبون، فهناك «أكثر من 6 مليار إيموجي يستخدم يوميًّا، وأكثر من 9/10 أشخاص يستخدمونه في العالم» (Bessat , Sarah; Ringrave, Charlotte, 2022) . والتّواصّل من بعد أمر طبيعي عبر وسائل التّواصل الرّقميّة، في ظلّ مرحلة تميّزت بالنّشاطات الرّقميّة المتنوّعة؛ بالتّالي، التّعبير عن الانفعالات والمواقف والرّأي أصبح أكثر سهولة وسرعة عبر الإيموجي- الوسيلة التّعبيريّة الرّقميّة.

ب-وظائف الرّموز التّعبيريّة

لكل تطبيق رقمي أو إشارة رقميّة أو رمز رقمي، وظيفة تسهّل التّواصل والاتّصال غير المباشرين. للرّموز التّعبيريّة كثيرة الاستخدام لدى مختلف شرائح المجتمع وظائف عديدة، إضافة إلى الوظيفة الانفعاليّة العاطفيّة بحيث يمكن أن تشكّل هذه الرّموز:

-الكلمة الافتتاحيّة: يتم اللّجوء إلى استخدام الإيموجي مع يد مرفوعة أو وجه مبتسم، عوضًا عن اللّقاء بتحية لفظيّة كتابيّة أو وجه استفهامي، بدلاً من الاستفسار عن أمر بسؤال عبر الكلمات.

-الكلمة الختاميّة: يمكن استخدام الإيموجي لإنهاء محادثة واتس آب أو فايسبوك ومسنجر وغيرها، ذلك من خلال إرسال وجه مبتسم أو إيموجي قلب بلون أبيض مثلا أو

إشارة يد تومئ كوداع، ذلك كي لا يتم قطع المحادثة بشكل مفاجئ تشعر طرف بأن غير مرغوب إكمال الحديث معه، وبذلك يتمّ الإشارة إلى أنه ينهي المحادثة بطريقة وديّة.

-**تجنّب الصّمت**: حين تمتد المحادثة لمدّة معيّنة ويكون أحد المتحادثين منشغلا بأمر ما، يمكن استخدام إيموجي مبتسم للإشارة أنه ما زال يتواصل أو لعدم رغبته بإدلاء معلومات أكثر عن أمر ما، فيعوّض ذلك بوجه خجول أو مبتسم، وذلك للتّعبير عن رغبة بالانتقال إلى موضوع آخر أو منعًا لتصريح إضافي.

يبدو من خلال هذه الوظائف «أن الإيموجي لم يعد ظاهرة موضى، بل أصبح ظاهرة اجتماعيّة»(Bessat,Sarah;Ringrave,Charlotte,2022). ولتعزيز هذه الوظائف وتكريسًا لأهميّة هذه اللّغة الرّقميّة، تمّ اعتماد هذه الرّموز بأشكال غير جامدة، أي متحرّكة وأحجام كبيرة وليست صورًا صغيرة، كوجه ضاحك مقلوب على ظهره ويقوم بحركات برجليه أو يديه، لإضافة الشّحنات العاطفيّة والحيويّة على المحادثة والرّسالة، كذلك رمز إعجاب كبير ومتحرّك لتعزيز موقف ورأي المتحدّث، وغيرها من الرّموز الكبيرة والمتحركّة والكاريكاتوريّة.

ج-علاقة الرّموز باللّغة

شكّل الإيموجي انقلابًا عالميًّا على مستوى التّواصل والتّعبير، إذ برزت قنوات تمنع القطيعة بين العالم الواقعي والافتراضي، كتطبيقات التّسوّق الإلكتروني والسّياحة الرّقميّة والتّعليم الرّقمي، كذلك التّفاعل والتّعبير الرّقمي، عبر رموز صوريّة صغيرة تحمل معان ودلالات كثيرة وفق سياق استخدامها، فبظل غياب التّواصل المباشر، أن اقتصار اللّغة على الكلام يفقدها جزءًا من محمولاتها لانفصالها عن لغة الجسد وتعابير الوجه، فكان الإيموجي هو الأداة الرّقميّة الّتي تعوّض هذا الجانب الانفعالي العاطفي المفقود في عمليّة التّواصل الرّقمي.

يعارض البعض ظاهرة الإيموجي كونها عاجزة عن إيصال المعنى لغياب صيغها اللّغوية، كالتّشابيه والاستعارة وغيرها من المحمولات والمضامين، باعتبارها عنصرًا رقميًّا قاصرًا عن تعميق التّواصل بل وتسطيحه. وعلى الرّغم من ذلك، لا يمكن اعتبارها تدميريّة للّغة، بل عنصرًا مساعدًا لإيصال معنى النّص الجامد والعبارات المغلقة وكسر صلابته وجموده، حتّى يمكن أن تغيّر معنى الكلام المكتوب أحيانًا بحسب سياق النّص، إضافة إلى تزويد الكلام بالجانب العاطفي، ففي «عصر ثقافة الصّورة والنّصوص

البصريّة، أصبح من الملائم تناول الصّورة بوصفها نصًّا، والدّوال البصريّة بوصفها علامات يصدق عليها ما يصدق على المفردات من حقيقة وترميز ومجاز... ليس في وسع التّحليل اللّغوي التّقليدي، أن يلمّ بجوانب النّصوص المعاصرة كلّها، لأنّه لا يتجاوز شفرة اللّغة. من هنا تزايد الاهتمام بعلم العلامات أو العلاماتيّة، لأنّه يتناول بالتّحليل العلامة لا الكلمة. كلّ كلمة علامة، لكن ليست كل علامة كلمة». (الحمامصي، محمد، 2018)

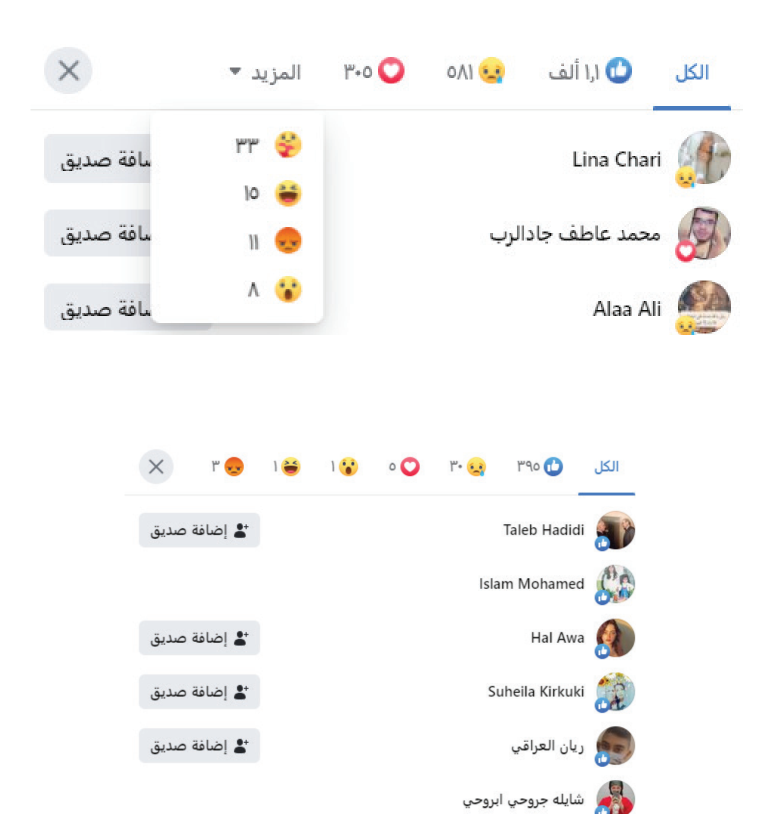
ربّما سير العالم بالاتّجاهات الرّقميّة في المجالات المختلفة، يزيد من الطّلب على الرّموز التّعبيريّة الرّقميّة بشكل تمكّن من اختصار عبارات مكتوبة وتحلّ مكانها في التّواصل الرّقمي. فقد اعتبر "Gaspard Graswald" كاسبار جراثوول رئيس موقع قواميس أوكسفورد الّذي تديره جامعة أوكسفورد، أنّ النّصوص لم تعد تشبع الحاجات التّعبيريّة في العالم الرّقمي، إذ قال « إنّ النّصوص الأبجديّة التّقليديّة تناضل من أجل مواكبة المطالب السّريعة للتّواصل في القرن الحادي والعشرين والّتي تركّز على الرّؤية... وإنّ الرّموز التّعبيريّة (الإيموجي) أصبحت شكلًا غنيًّا بشكل متزايد للتّواصل، بحيث أصبحت تتجاوز الحدود اللّغويّة». (الإيموجي لغة تعبر عن الثقافات والديانات، 2017). قد أعلن قاموس أوكسفورد اختيار إيموجي «وجه مع دموع الفرح»، ككلمة للعام 2015 كونه يضيف الحيويّة ويجسّد ثقافة الرّموز التّعبيريّة نفسها. إذًا، لا يتعارض استخدام الإيموجي مع اللّغة المقروءة والمكتوبة، بل يزيدها حيويّة وتأثيرًا، «فالتّواصل البشري متعدّد الصّيغ، ما يعني أنّنا عندما نتحدّث مع بعضنا بشكل مباشر نعتمد على ثلاث قنوات رئيسة لإيصال رسالتنا وهي: اللّغة أو الكلمات الّتي نستعملها، الإشارات اللّغويّة الموازية أي نبرة الصّوت، التّواصل الحركي ويتمثّل في تعابير الوجه ولغة الجسد وإشارات الجسد، لكن عندما نتواصل رقميًّا نفتقد اثنتين من هذه الطّرائق...الإيموجي تعيد لنا تلك الوظائف المفقودة، إذ تحلّ محل ما كنّا سنفعله شخصيًّا» (غالاهر، صوفي، 2020).

أعلنت شركة التّواصل الاجتماعي المالكة لتطبيقي فايسبوك وأنستغرام، أن نحو 60 مليون إيموجي أو رمز تعبيري يستخدم على صفحات فايسبوك يوميًّا، ونحو 5 مليارات أخرى يوميًّا عبر تطبيق الماسنجر الخاص بالشّركة نفسها. يأتي هذا فيما بلغ عدد مستخدمي فايسبوك في العالم نحو ملياري مستخدم. (الأسدي، مروى، 2018). إذًا «أعطت الإيموجي الرّسائل قيمة إضافيّة، إذ تزداد نسبة التّفاعل مع الرّسائل الّتي تحتوي على الإيموجي بنسبة أربعة أضعاف مقارنة بالرّسائل الّتي لا تتضمّن هذه الرّموز».

(هل تستخدم الإيموجي في محادثاتك مع عملائك؟، 2017)، كما يمنح الإيموجي نوعًا من «اللّطف والجماليّة للرّسالة، فيوفّر مساحة من الخيال والسّيميائيّة، ويكسر حاجز الملل والجمود في المحادثة، ويعزّز التّعبير العاطفي إذ يفيض به بطريقة موجزة». (العنزي، فيصل، 2020، صفحة 17) ولم تقتصر شهرة الإيموجي على وسائل التّواصل الاجتماعي فقط، بل تعدّت ذلك لتصل إلى السّينما، حيث «قامت شركة سوني بإنتاج فيلم يحمل اسم The Emoji Movie، بطل الفيلم إيموجي يدعى جين، ويدور الفيلم حول معاناته لأنّه ولد من دون فلتر، ويحتوي الفلتر على العديد من الرّموز التّعبيريّة. أيضًا ظهر كتاب تمّت كتابته فقط بالرّموز التّعبيريّة (الإيموجي)، من دون استخدام أي كلمات وهي رواية إنجليزيّة. يدعى الكتاب «إيموجي ديك»، فهل يعدّ هذا تمهيدًا لظهور لغة جديدة تعتمد أساسًا على الرّموز التّعبيريّة من دون الحاجة للكلمات؟» (الأسدي، مروى، 2018) وفي هذا السّياق نعرض لبعض الصّفحات الفايسبوكيّة الّتي تثير التّفاعل معها والتّعليق على منشوراتها من خلال الطلب بتعليق رمزي عبر إيموجي.







د- دلالات الرّموز

من ميزات لغتنا العربيّة أنّها تحمل أوجه ومعان في مفردة واحدة، وبحسب موقعها في الجملة والسّياق، كما تتميّز لهجتنا اللّبنانيّة بدلالاتها، حتّى تطغى على دلالات مضمون الكلمة واللّغة ذاتها. على سبيل المثال، كلمة «طيّب» تحمل معنى التّهديد والموافقة واللّذة والتّأفّف... كلمة جد «عن جد» بمعنى الاستفهام والتّأكيد والاستهزاء. عزّزت الرّموز التّعبيريّة الّتي اقتحمت التّواصل الرّقمي هذه الدّلالات، على الرّغم من اختلاف هذه الأخيرة بين الثّقافات والمجتمعات، إذ تعبّر في ظهورها وشكلها عن معنى ظاهر وقريب، لكنّها تضمر كثير من المعاني المخفيّة البعيدة عندما ترد في سياق ما. فإن قلت كلمة «يضحك» تعني الضّحك، لكن إذا استخدم رمز الوجه الضّاحك في سياق معيّن، يمكن أن يحمل دلالات ما غير ظاهرة، فالرّمز كلمات وعبارات عديدة. مثلا، رمز x يعني خطر وضرب في الحساب، ويعني تحديد خيار ضمن خيارات، ويعني تصفية...

ذلك بحسب سياق النّص أو الوضعيّة الّتي استخدم فيها. كما يمكن أن يناقض الرّمز الكلمة، مثلاً كم هو جميل! مع إيموجي وجه ساخر أو مع وجه بعينين على شكل قلب، يختلف المعنى بين جميل وقبيح. «من شأن ذلك أن يستثير الانتباه إلى أنّ الرّمز لا ينهض عادة بوظيفته الدّلاليّة بمعزل عن نظام رمزي، وأنّ ما يحمله من معان وإيحاءات، قد تتعطّل بالكامل خارج نظام رمزي محدد، بل قد تؤول إلى تأثيرات مُعاكسة لمقصدها» (شاكر، حسام، 2018).

تتمتّع الرّموز بهالة من الإجماع وبالقدرة على الشّحن الانفعالي، لأنّها تسهم بتعزيز الوعي للهويّة، وهذا ما نشهده في الصّراعات على اختلافها، وأبرزها الرّموز الدّينيّة والوطنيّة والإيديولوجيّة، حيث كان يحرق الرّمز الّذي يستدعي حربًا وصراعًا داميًا لاسترداد مكانة الرّمز ودلالاته، ردًّا على الإقصاء ومحاولة الإلغاء كما تمّ إلغاء الرّمز من خلال حرقه. «فلا ينفكّ الصّراع المادّي التّقليدي بدوره عن التّلازُم مع خوض صراع رمزي، فيتيح هذا الأخير على الأقل، تسويغ الصّراع المادّي وإذكائه وشحنه بمقوّمات التّعبئة» (شاكر، حسام، 2018).

إنّ ابتكار رموزٌ جديدة متعدّدة الأبعاد كإيموجي ردود الأفعال، أو أنواع المأكولات الّتي تدل على نمط الغذاء والمشروبات وزراعات مرتبطة بأقاليم ومناطق محدّدة، أو نمط اللّباس، أو مراكز العبادة كالكنيسة والمسجد، والمناسبات الدّينيّة كهلال العيد لدى المسلمين وشجرة الميلاد لدى المسيحيّين، ووجه التّنكر لعيد البربارة، أو الإعلام، أو أنواع الآلات الموسيقيّة الّتي تشير إلى الفنون في بعض الثّقافات، إضافة إلى إيموجي الأسر المثليّة، وأسرة الأم العاذبة، اللّتان تشيران إلى الحريّات المتاحة في بعض الثقافات الغربيّة...

هذه الرّموز لا تأتي صدفة، إنّما لتستخدم برمزيّتها في المحادثات والإعلانات والمناسبات، ولتعزّز التّفاعل الرّمزي للأطراف المعنيّة، وهي لا تنفصل عن مكوّنات البنية الاجتماعيّة للمجتمعات وعن المنظومات الثقافيّة والقيميّة فيها، و»التّفاعل الاجتماعي هو الّذي يبني الرّوابط الاجتماعيّة، فالمجتمع هو مسرح والتّفاعل هو المسرحيّة، على الفرد أن يؤدّي الدّور بشكل يقدّم عن قصد أو من دون قصد تعبيرًا عن نفسه، فيما على الآخرين بدورهم أخذ انطباع معيّن عنه، فيأتي الإيموجي ليسمح بمتابعة هذا النّموذج» (Belouis, Julia, 2017, p. 18). فنجد في مجتمعنا اللّبناني من يضع قلب بلون أخضر أو أصفر أو أزرق أو برتقالي على خبر سياسي ما، وإن كان القلب يدلّ

على الحب، لكن برمزيّة لونه، يظهر الميل السّياسي للمرسل بحسب الألوان المعتمدة لدى الأحزاب اللّبنانيّة؛ فمن خلال التّفاعل الافتراضي يمكن التّعرّف إلى خلفيّات فكريّة ومواقف وآراء وهويّات الأفراد.

لم تعد هويّة الفرد مقتصرة على وجوده الفيزيقي، وعلى معلومات في بطاقة الهويّة، بل «تعرّض مفهوم الهويّة لعمليّة تحوّل... فمع انتشار مواقع التّواصل الاجتماعي، أصبحت هويّة مستخدميها عبارة عن مجموعة حسّاسة من البيانات، الّتي يمكن استحداثها من خلال تفاعلهم مع العالم الافتراضي» (ملكاوي، أسماء حسين 2017، صفحة 78)، بالتّالي يبرز الفرد موقفه بما يخصّ خبر ما مقابل إشارات أقلّ برمز العلم اللبناني، ما يبرز تقدّم الهويّة والولاء المذهبيّين الحزبيّين على الهويّة الوطنيّة، وهذا ما سيتم الإشارة إليه بعلاقة الرّموز التّعبيريّة الرّقميّة بالمنظومة القيميّة في مجتمعنا.

يشير د. مزيد إلى «أنّ التّرميز هو شحن تلك العلامة بالإيحاءات النّفسيّة والثّقافيّة والسّياسيّة، من خلال توظيفها في سياق يستدعي تلك الإيحاءات ويبرزها. بهذا التّعريف المبسّط، تصبح كل علامة رمزًا أو مهيّأة للتّرميز» (الحمامصي، محمد، 2018).

2-الرّموز التّعبيريّة في ظل التّشظّي القيمي

تشتمل ثقافة المجتمعات رموزًا متنوّعة، منها دينيّة ووطنيّة وأسطوريّة وإيديولوجيّة، ذات وظائف وحضور في العقل الجمعي، فتؤدّي دورًا في توحيد التّوجّهات والتّصوّرات في المجتمع. لكن، بعد تحوّل معظم نشاطات البشر من العالم الواقعي إلى العالم الرّقمي، أتت الإيموجي لترقمن المواقف، والأفعال، وردود الأفعال، والمشاعر، والأفكار، فأصبح الرّمز الرّقمي الصّغير يعبّر عن الكثير ممّا لم يفصح عنه بالكلام، علمًا «أنّ مجتمعنا وجميع تفاعلاتنا معقّدة للغاية، بحيث لا يمكن اختزالها إلى مجرّد رسومات قليلة، ونظام الرّموز التّعبيريّة الحالي ليس كافيًّا» (Bessat,Sarah; Ringrave,Charlotte, 2022). وقد أصبح الباحثون في ضوء تطوّر وسائل الاتّصال يعتبرون «أنّ قوّة العلاقة وطبيعتها بين الأفراد، أو المشاعر المكثّفة من التّعاطف، والصّداقة الحميمة، والدّعم الّذي لاحظوه بين النّاس على الأنترنت، أهم من عامل القرب المادّي» (ملكاوي، أسماء حسين، 2017، صفحة 73). كانت الإيموجي بداية يمكن استخدامها بشكل عالمي مشترك مع تحيّز أكثر لثقافات غربيّة. على الرّغم من استخداماتها المشتركة، لكن أحيانًا تكون هذه الأخيرة غير متشابهة، كإشارة اليدين المطبقتين تكون للشّكر أحيانًا، وللدّعاء أحيانًا، وللرّجاء والطّلب أحيانًا أخرى. مع ازدياد أهميّة الإيموجي التّعبيريّة، تمّ إصدار مجموعة إيموجي ترتبط بهويّة ثقافيّة محدّدة، كإيموجي الحجاب، وأنواع مأكولات لمجتمع ما،

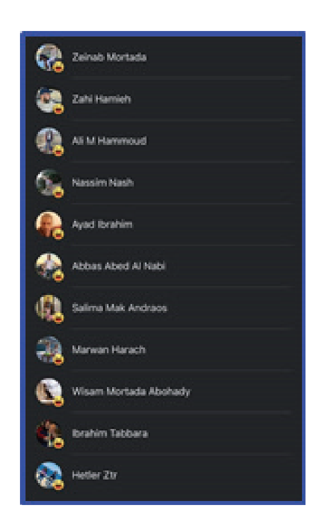
مثل الباستا أو السّوشي والعائلات المثليّة جنسيًّا وألوان البشرة المختلفة، قد وصفت هذه العمليّة بـ «التّسييس العظيم للإيموجي." (غالاهر، صوفي، 2020). إذا، لا يمكن تفريغ الرّموز التّعبيريّة من رمزيتها الثقافيّة، طالما أنّها تجسّد تفاعلًا مع معطيات منبثقة من الإطار المجتمعي الّتي تستخدم فيه، «إنّ اختيار أيّ رمز تعبيري معيّن دون الآخر بحسب ما يقتضيه سياق المحادثة الإلكترونيّة، يكشف الكثير عن شخصيّة المرسل، وانتمائه، ونمط تفكيره، وبنائه الثقافي، ومكانته الاجتماعيّة، ففعل الاختيار مرتبط أساسًا بدرجة فهم لمحتوى المشاعر، والرّموز التّعبيريّة، الّتي تتجاوز حواجز اللّغة... بحكم اختلاف الخصوصيّات الثّقافيّة والقدرات الإدراكيّة لاستيعاب وفهم حقيقة الأشياء المرموز إليها، خصوصًا في ظل جحيم من التّوتّرات الثقافيّة والدّينيّة والعرقيّة الّتي يشهدها عالم اليوم أكثر من أي وقت مضى» (كموني، هشام، 2019).

ب- نماذج فايسبوكيّة لاستخدامات الرّموز التّعبيريّة

يشهد المجتمع اللّبناني كغيره من المجتمعات العربيّة مرحلة تحوّل باتّجاه النّظام العالمي الجديد. لم يعد معزولًا عمّا يسمّى بالقرية الكونيّة، وفيما تتمسّك هذه المجتمعات بثوابت منظوماتها الثّقافيّة وتتمسّك بها، هي نفسها تعايش التّحوّلات العالميّة، ما يجعلها تعيش أنوميا ثقافيّة، نتيجة تفتّت أواصر مكوّنات ثقافتها، مع العجز عن دمج المكوّنات الأساسيّة بالمستحدثة، في إطار ينقذ المجتمع من تداعيّات التّقنيّات الرّقميّة، ووسائل الاتّصال والإعلام، ووسائل التّواصل الاجتماعي، واستثمارها في تعزيز تماسك المجتمع وتقدّمه. إنّ استخدامات الرّموز التّعبيريّة تتمّ أحيانًا بشكل عشوائي، وأحيانًا أخرى بشكل لامسؤول ولامعياري ومتفلّت من الضّوابط الأخلاقيّة كلّها، وتحديدًا لدى الفئة الشّابة الّتي تفضّل التّعبير بالرّموز.

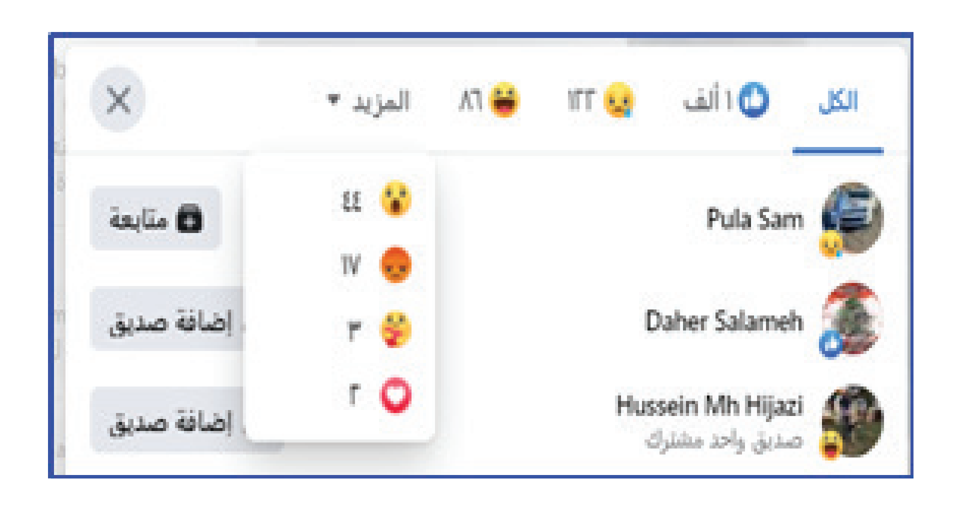


نشرنا بوست ان هناك عشرات اللبنانيين وبينهم طلاب عالقين في اوكرانيا وليس هناك دولة لتسأل عنهم.
هناك من قام بالضحك على المنشور
هل يمكن لكم ان تخبرونا ما المضحك في الأمر؟

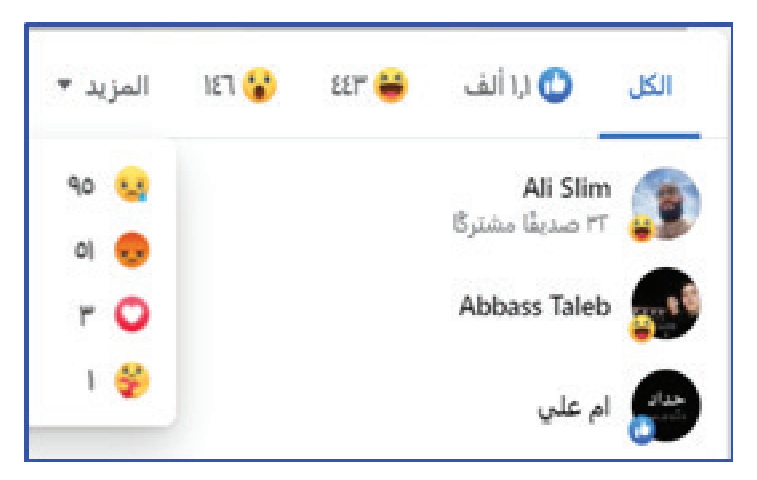


يفسّر بعض الباحثين لجوء الشّباب إلى اللّغة الدّردشيّة ونماذج لغات جيل الشّباب، إلى وجود شعور بالاغتراب يدفعهم للتمرّد على النّظام الاجتماعي، وتكوين عالمهم الخاص بعيدًا عن قيود الأباء» (منصوري، نديم، 2014، صفحة 112) نجد أنّه يتمّ استخدام إيموجي (LIKE) أو وجه ضاحك على خبر أعمال شغب في أحد الشّوارع، أو على واقع البنى التّحتيّة الضّعيفة في أماكن عامّة تشكّل واجهة للبلد، أو خبر اشتعال وحريق منشأة توليد طاقة كهربائيّة بدلًا من إيموجي الوجه الغاضب، ما يشير إلى ضعف الانتماء الوطني والمواطنيّة لدى مستخدمي الرّموز التّعبيريّة وهي قيمة وطنيّة لا يجوز تخطّيها.




الكل
١ ألف
١٢٣
٨٦
المزيد
Pula Sam
Daher Salameh
Hussein Mh Hijazi
صديق واحد مشترك
متابعة
إضافة صديق
إضافة صديق
٤٤
١٧
٣
٢


bintjbeil.org
فيديو متداول: مطار بيروت .. "بلا كهربا"
0:00 / 0:19
Ali Slim و٨٫١ ألف شخصًا آخر
٨٥٣ تعليقًا ١١٤ مشاركة



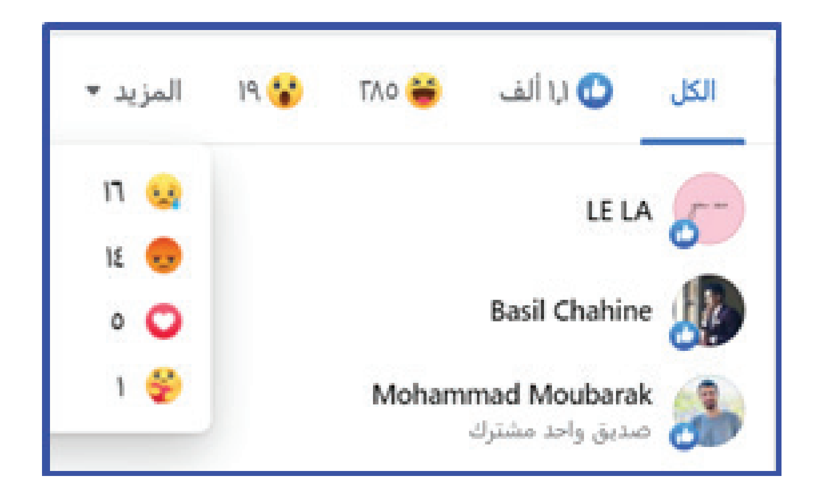
يعيش اللّبناني حالة انفصال مجتمعي، ما يبدّد تدريجيًّا التّضامن الاجتماعي لديه، فما هو متعارف عليه في الثقافة المحليّة هو التّضامن والتّكافل في الشّدائد والأوقات العصيبة والمصائب، فيما نجد المعلّقين برمز ضاحك على خبر عمليّات سطو وسرقة لأحد المتاجر أو الأحياء أو المنازل مستهترين بخسائر المتضرّرين.





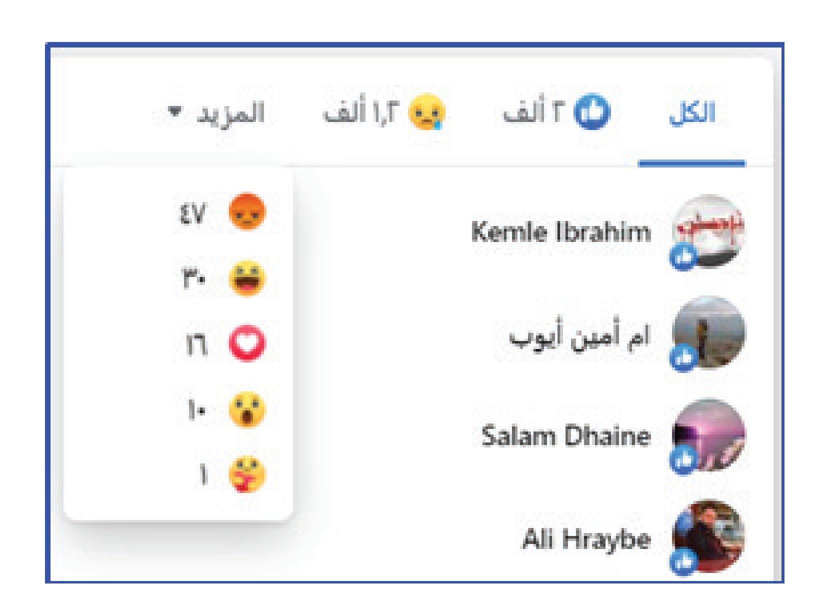
كذلك على خبر توتّر العلاقات اللّبنانيّة-الخارجيّة وإمكانيّة تأثيرها سلبًا على عمل ومصالح اللبنانيّين في بلاد الاغتراب، بدلًا من استخدام رمز التّعاطف أو وجه دامع للتّعبير عن الحزن.





الأمر نفسه على خبر جريمة قتل أو حادث سير أدّى إلى وفاة أو خبر انتحار لنجد إيموجي الوجه الضّاحك يبرز على هذه الأخبار، فحتّى حرمة الموت كقيمة أساسيّة في مجتمعنا لم تنجُ من مفاعيل التّواصل الرّقمي ورموزه التّعبيريّة.





bintjbeil.org

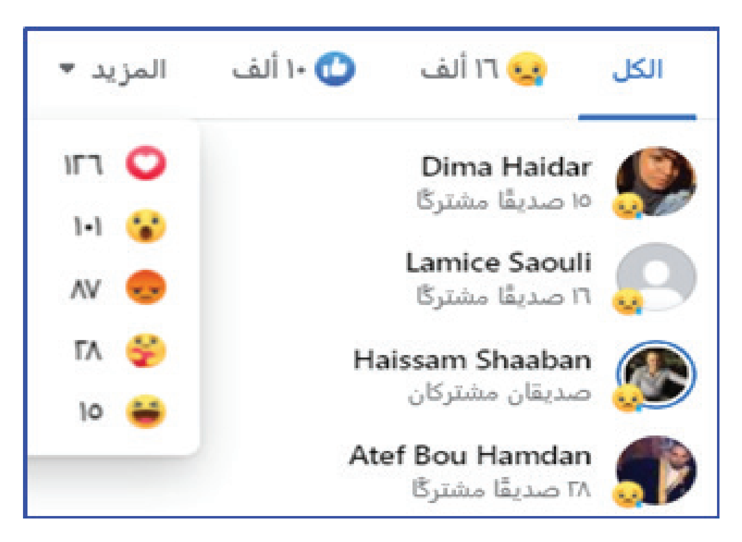
٢٢ يوليو

(تحديث) كانوا في طريقهن الى مطار بيروت مع والدتهن لاستقبال الوالد القادم من السفر وقضوا جميعاً في الحادث المؤلم في محلة السعديات اثناء البحث عن المنزين.. فاطمة قبيسي (زوجة عماد حويلي) واولادها الأربعة زهراء وآية وليا ونيا عماد حويلي في ذمة الله

#لبنان_حزين

Atef Bou Hamdan، Maya Nassar و٣٦ ألف شخصًا آخر

١١ ألف تعليقًا ١,١ ألف مشاركة



في هذا الإطار، قد انطلقت د.ملكاوي في كتابها أخلاقيّات التّواصل في العصر الرّقمي – هبرماس أنموذجًا، من «أنه كلّما زادت تقانة التّواصل والاتّصال تقدّمًا، زادت حدّة الخلافات والصّراعات بين الجماعات والشّعوب والأمم من ناحية، ومن ناحية أخرى في سياق البحث عن وظيفة جديدة تقوم بها فلسفة التّواصل في عصر يشهد تحوّلات هائلة في وسائل الاتّصال والتّواصل الإنساني، فتتعامل مع ما نتج من هذا التّحوّل من أثر في إدراكنا مجموعة من المفاهيم الّتي تشكّل وجودنا» (ملكاوي، أسماء حسين، 2017).

إذًا، هذه السّلوكيّات الرّقميّة تنمّ عن تشظّي المنظومة القيميّة في ظلّ التّناقضات الدّينيّة، والسّياسيّة، والمجتمعيّة، والقيميّة والوطنيّة. لا يمكن أن ينظر إلى استخدام منتجات الرّقميّات التّواصليّة التّعبيريّة بمعزل عن ارتباطاتها في الحاضر المجتمعي ففي «المجتمع الافتراضي تستمدّ أخلاقيّات أفراده من أخلاقيّاتهم المعتادة في حياتهم الواقعيّة... والالتزام بالأخلاقيّات، وأدبيّات التّواصل الإلكتروني، ستكون نسخة مطابقة لصورة الفرد في المجتمع الواقعي» (منصوري، نديم، 2014، صفحة 122). فأحيانًا، تكون الرّموز التّعبيريّة محمّلة بكثير من المعاني - في إطار الانقسامات - ومشحونة بمعاني الرّفض، والتّطرّف، والإلغاء، والتّهميش، وبالتّالي التّحلّل المجتمعي، وتعزيز مشاعر البغض للآخر، وتوسيع دائرة الانقسامات بين فئات عمريّة، ومناطق، ومؤسّسات، وعائلات، وطوائف، وأحزاب. لذلك «أنّ التّقانة التّواصليّة، بما هي أحد مخرجات الحداثة، ستضع الحداثة أمام فرصة إصلاح أمراضها من داخلها وبأدواتها، حيث ستجد هذه الأمراض المتمثلة في غياب الأخلاق، والقيم الإنسانيّة نفسها، أمام

تحدّي مواجهة نفسها عبر تطبيقات التّواصل الرّقمي، فتكون مطالبة باستغلالها لإصلاح ذاتها، وانتشال مبادئها وقيمها من وحل ما أفضت إليه الحداثة وما بعدها، أو أنّها ستغرق وتختفي ثم تعلن وفاتها» (ملكاوي، أسماء حسين، 2017).

نتائج الدّراسة

1 - تأخذ الرّموز التّعبيريّة حيّزًا واسعًا في مجال التّواصل الاجتماعي للتّعبير عن المواقف وردود الفعل، مقابل التّعليقات اللّغويّة الكتابيّة، لقدرتها على التّعبير وخرقها لحقل التّفاعل الرّمزي، ما يدلّ أنّها تشكّل عنصرًا غير قاصر عن تعميق التّواصل الرّقمي، بل هو مساعد في إيصال معنى النّص الجامد المكتوب والمرسل من بعد.

2 - على الرّغم من اعتبار الرّموز التّعبيريّة لغة مشتركة وعالميّة، إلّا أنّ استخدامها لا ينفصل عن الوعاء الثّقافي الّذي يمارس به هذا الاستخدام، إذ تعبّر في شكلها عن معنى ظاهر وقريب وتضمر كثير من المعاني المخفيّة البعيدة عندما ترد في سياق ما.

3 - يكشف استخدام الرّموز التّعبيريّة عن شخصيّة المرسل، وانتمائه، وتصوّراته، وقيمه، وأخلاقيّاته، وإيديولوجيّته، وذلك ليس من خلال صورة الإيموجي نفسها بل من خلال سياقات استخدامه لها.

4 - إنّ الأنوميا الثقافيّة الّتي تعيشها مجتمعاتنا العربيّة ولبنان تحديدًا، تتجلّى في غياب المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة في استعمال الرّموز التّعبيريّة على صفحات التّواصل الاجتماعي.

5 - يسهم استعمال الإيموجي من دون ضوابط تتلاءم مع الضّوابط الثّقافيّة الأخلاقيّة والقيميّة للمجتمع، في تعزيز الشّرخ، والتّفكك، والتّحلّل في المجتمع، من خلال التّفاعل المشحون بالانقسامات على قاعدة الفعل وردّ الفعل، بين الأطراف المعنيّة في مواقع التّواصل الاجتماعي.

6 - إنّ العمل على إنتاج ميثاق أخلاقي مؤطّر لاستخدامات مواقع التّواصل الاجتماعي، يشكّل ضرورة لتعزيز التّفاعل الاجتماعي، بما يتلاءم مع المعايير الأخلاقيّة للتّواصل في المجتمع، ويشكّل مرجعًا لتحديد المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة لاستخدام تطبيقات التّواصل الاجتماعي الرّقمي كلّها.

خاتمة

إنّ العصر الرّقمي فرض آليّات تواصل وتفاعل وسلوكيّات رقميّة جديدة، لم تكن مجتمعاتنا العربيّة جاهزة للتّعامل معها، منها الرّموز التّعبيريّة الّتي تستخدم بغير موقعها نتيجة لغياب التّربية الرّقميّة المعزّزة لقيم هذه المجتمعات، والّتي بسوء استخدامها تسهم في الشّرخ المجتمعي والقيمي، ما يفرض بلورة ميثاق أخلاقي تسهم به جهات عديدة، يؤطّر سلوكيّات الاستخدام لوسائل التّواصل الاجتماعي، ويفرض التزام المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة في التّواصل الرّقمي لحماية المجتمع وقيمه وشرائحه، ولتجعل التّواصل الرّقمي إيجابيًّا بما ينسجم مع الخصوصيّة الثقافيّة للمجتمع العربي بشكل عام واللّبناني بشكل خاص، فتكون الرّموز التّعبيريّة وسيلة تواصل وتفاعل إيجابي، وليس وسيلة شرذمة وتفكيك قيمي وأخلاقي.

المراجع:

Belouis, Julia. (2017). *Les emoji, une pratique textuelle ordinaire ? Etude des mutations d'un objet trivial en tension entre pratique et encadrement.* Paris: https://www.academia.edu/34791274/Les_emoji_une_pratique_textuelle_ordinaire_Etude_des_mutations_d_un_objet_trivial_en_tension_entre_pratique_et_encadrement.

Bessat , Sarah; Ringrave, Charlotte. (2022, 3 21). *Les emojis pourraient-ils etre le reflet exact de notre societe?* Retrieved from Alternego: https://alternego.com/emojis-pourraient-etre-reflet-exact-de-societe/

أحمد، محمد. (16 شباط, 2020). الرّمز والمعنى في الدّراسات السّوسيولوجيّة. العميد -عدد 34، 295. تم الاسترداد من العميد.

الأسدي، مروى. (6 آب, 2018). هل تجيد لغة العالم الجديدة؟ تم الاسترداد من شبكة النّبأ:

https://annabaa.org/arabic/variety/16139

الإيموجي لغة تعبر عن الثقافات والديأنات. (8 آيار, 2017). تم الاسترداد من العرب:

https://alarab.co.uk/%D8%A7%D9%84%D

الإيموجي والتّواصل بواسطة الرّموز. (18 12, 2021). تم الاسترداد من مجلة القافلة:

الحمامصي، محمد. (18 آب, 2018). «إلا رمزًا» قراءة في الرمز/https://qafilah.com/ar
والترميز في الثقافة العربية. تم الاسترداد من ميدل إيست أونلاين:

الرّمز. (18 12, 2021). تم الاسترداد من المعأني:

العنزي، فيصل. (2020). واقع الرّموزar -https://www.almaany.com/ar/dict/ar
التّعبيريّة في البيئة الإعلاميّة الرّقميّة. المملكة العربيّة السّعوديّة:

https://books.google.com.lb/books?id.

تي في ريد، جون. (2018). الحياة الرّقميّة - الثقافة والسلطة والتغيّر الاجتماعي في عصر الأنترنت. العبيكان.

شاكر، حسام. (16 تمّوز, 2018). في فقه التفاعل الرمزي! تم الاسترداد من الجزيرة:

غالاهر، صوفي. (25 تمّوز, 2020)./https://www.aljazeera.net/blogs/2018/7/16
الإيموجي غيرت لغتنا في التواصل على مدار 10 سنوات. تم الاسترداد من أندبندنت عربيّة:

https://www.independentarabia.com/node/137511/%

كموني، هشام. (30 نيسأن, 2019). الرموز التعبيرية في الخطاب التواصلي الافتراضي: اختصار للكلام أم اغتيال للمعنى. تم الاسترداد من أنفاس:

/https://www.anfasse.orgملكاوي، أسماء حسين. (2017). أخلاقيّات التّواصل في العصر الرّقمي - هبرماس أنموذجًا. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السّياسات.

منصوري، نديم. (2014). سوسيولوجيا الأنترنت. بيروت: منتدى المعارف.

هل تستخدم الإيموجي في محادثاتك مع عملائك؟ (9 تشرين أوّل, 2017). تم الاسترداد من ابتدي:

https://www.ibtdi.com

الصّورة الصّحفيّة: العلاقة الجدليّة بين الحق في الإعلام، الحق في الصّورة، والمسؤوليّة الاجتماعية للصّحفي

أ.د. مصطفى متبولي

كّليّة الإعلام – الجامعة اللّبنانيّة

Abstract:

The study sheds light on the interactive and dialectical relationship between the "right to media", "the right to the image" and "the social responsibility of the journalist", through which the problem of this study and its questions appear, which can be summarized as follows:

- ❖ Is the "right to inform" through written, visual and audio texts a discretionary right, or is it restricted legally and constitutionally with the aim of protecting individual private life?
- ❖ Is "the right to the image" an absolute right, or is its application related to the objective circumstances in which the events of the event are depicted?
- ❖ What is the "social responsibility of the journalist" towards the receiving audience in the news industry and publishing-related images?

In order to reach these goals, this study will work on dismantling the apparent and latent interactive links between the "right to the image", "the right to media" and "the social responsibility of the journalist" in order to reveal the common denominators between them and how they contribute to protecting the rights of the recipient and identifying on the privacy of each right and the limits of its realistic exercise professionally and legally.

مقدّمة:

بين الحقّ في الإعلام، والحقّ في الصّورة، توجد عروة وثقة ظاهرة و مضمرة، والّتي تنبثق منها المسؤوليّة الاجتماعيّة للصّحفي. وهذه العلاقة المترابطة منطقيًا بين مكونّاتها هي أيضًا علاقة جدليّة لأنّ الحقّ في الصّورة مُقيد بحقّ وسائل الإعلام بنشر الأخبار والمعلومات إلى الجمهور، وبالتزام الصّحفي بمواثيق الشّرف المهنيّة والأخلاقيّة التي ترسُم معالم مسؤوليته الاجتماعية في أثناء عمله الصّحفي.

أهميّة وإشكاليّة الدّراسة

تنبع أهميّة هذه الدّراسة من كونها تلقي الضّوء على هذه العلاقة التّفاعليّة و الجدليّة الّتي تظهر من خلالها إشكاليّة هذه الدّراسة وتساؤلاتها، ويمكن تلخيصها كما يلي:

- هل «الحق في الإعلام» عبر النّصّ المكتوب والمرئي والمسموع هو حق استنسابي أم أنّه مقّيد قانونيًا ودستوريًا بهدف حماية الحياة الخاصّة الفرديّة؟
- هل «الحقّ في الصّورة» هو حقّ مطلق أو أنّ تطبيقه مرتبط بالظّروف الموضوعيّة الّتي يتمّ بها تصوير وقائع الحدث؟
- ما «المسؤوليّة الاجتماعيّة للصحفي» إزاء الجمهور المتلقي في صناعة الأخبار ونشر الصّور المتعلّقة بها؟

ومن أجل الوصول إلى هذه الأهداف تتضمّن الدّراسة قسمين:

القسم الأوّل: المفاهيم المتعلّقة بالدّراسة:

1. الحقّ في الإعلام
2. الصّورة الصّحفيّة الثّابتة والتّلفزيونيّة
3. الحقّ في الصّورة
4. المسؤوليّة الاجتماعيّة للصحفي

القسم الثّاني: الرّوابط الوثيقة بين الحق في الإعلام، الحقّ في الصّورة والمسؤوليّة الاجتماعيّة للصحفي ومحدّدات تطبيقهم مهنيًا وقانونيًا من أجل حماية الحقوق الشّخصيّة للفرد المُصوَّر.

القسم الأوّل: المفاهيم المتعلّقة بالدّراسة

- الحقّ في الإعلام Droit à l’information
- يشتمل «الحقّ في الإعلام» على حقين متلازمين ولا يمكن الفصل بينهما، وهما:

- حقّ وسائل الإعلام بإعلام الجمهور le Droit d’informer أي صناعة الأخبار، ونشرها، وبثّها إلى الجمهور المتلقي.
- حقّ الجمهور المتلقي بالإستعلام le Droit d’être informé أي الحصول على المعلومات والأخبار عن وقائع الأحداث التي تنشرها وتبثها وسائل الإعلام التقليدية ووسائط الإعلام الجديدة.

وتجدر الإشارة إلى أنّ الحقّ بالإعلام، والحقّ بالاستعلام معترف بهما عالميًا، فقد كفلت الدّساتير والقوانين والمواثيق العالمية تطبيقهما وحمايتهما من الأفعال التّعسفيّة التي يمكن أن تتخذّها السّلطات الحكومية أو الجماعات والأحزاب السّياسيّة. ومن الأمثلة على ذلك، ما ورد في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الّتي أقرّته الجمعيّة العامّة للأمم المتّحدة في باريس بتاريخ 10 كانون الأوّل 1948 ولا سيّما المادة 19:» لكلِّ شخص حقُّ التّمتُّع بحرِّية الرّأي والتّعبير، ويشمل هذا الحقُّ حرِّيته في اعتناق الآراء من دون مضايقة، وفي التماس الأنباء، والأفكار، وتلقِّيها، ونقلها إلى الآخرين، بأيَّة وسيلة ومن دون أي اعتبار للحدود.»

وهذا، ما نصّ عليه مثلًا الدّستور اللّبناني الصّادر في 23 أيار سنة 1926 مع جميع تعديلاته، ولا سيما ما تمّ إضافته إلى الدّستور اللّبناني بموجب القانون الدّستوري الصّادر في 21/9/1990:

المادّة 13: «حريّة إبداء الرّأي قولاً، وكتابة، وحريّة الطّباعة، وحريّة الاجتماع، وحريّة تأليف الجمعيّات كلّها مكفولة ضمن دائرة القانون.»

1 .**الصّورة الصّحفية الثّابتة أو المتّحرّكة**

هي تقنيّة اتّصال وتواصل تنقل مشهدًا بصريًا عن حدث ما بواسطة عين المصوّر الصّحفي وآلة التّصوير وعدسة الكاميرا التّلفزيونيّة حيث يطبع هذا المشهد على الورق أو فيلم بهدف نقله إلى المتلقي عبر وسيلة إعلاميّة مكتوبة أو مرئيّة مسموعة وتتيح له الاطّلاع على وقائع حدث ما عاشه المصوّر الصّحافي بالنّيابة عنه.

2. الحقّ في الصّورة Droit à l’image

أكدّت دساتير الدّول الدّيموقراطية والقوانين المدنية والاتّفاقيات الدّوليّة على حقّ كلّ إنسان باحترام حياته الخاصّة وعدم المساس بحقوقه الشّخصيّة وحميميّة حياته الخاصّة. يندرج «الحق في الصّورة» أيّ التقاط صورة لشخص ما في إطار قانون حماية الحياة الشّخصيّة والعائليّة.

و«الحقّ في الصّورة» يعني حقّ كل إنسان على صورته الثّابتة أو المتحرّكة الّتي تعتبر بموجب القوانين المرعية الإجراء دلالة ظاهرة وجوهرية لشخصّيته الماديّة والمعنويّة.

والمدماك الأساسي لهذا الحقّ يتجلّى بقدرة كلّ شخص بمنع التقاط صور له في مكان عام أو خاص ونشرها وبثّها في وسائل الإعلام. وهذا يعني ضمنيًا وجوب حصول الصّحفي على موافقة الشّخص المعني قبل نشر صورته أو بثّها تلفزيونيًا.

1. «المسؤوليّة الاجتماعيّة» للصحفي:

ظهر هذا المفهوم حديثًا نتيجة مطالبة الجمهور المتلقي في الدّول الدّيموقراطيّة بضرورة تطبيق مفهوم المسؤوليّة الاجتماعيّة ليس فقط على الوسائل الإعلاميّة المُختلفة، بل أيضًا على الصّحفي في أثناء تغطيته الأحداث، و نشر، وبثّ الأخبار المتعلقة بها. وهذا المَطلب مبني على أنّ مهمّة الصّحفي لا تقتصر فقط على إعلام الجمهور المتلقي بوقائع الأحداث، وإنّما يؤدّي أيضًا دورًا مهمًا في تفسير أسباب حدوثها وتداعياتها على المجتمع، ممّا ينتج عنه التّأثير على تشكيل اتّجاهات الرّأي العام نحو قضايا مصيريّة.

القسم الثاني: الرّوابط الوثيقة بين الحقّ في الإعلام، الحقّ في الصّورة والمسؤوليّة الاجتماعيّة للصّحفي ومحدّدات تطبيقهم مهنيًا وقانونيًا من أجل حماية الحقوق الشّخصيّة للفرد المُصوَّر.

إنّ العلاقة الوثيقة بين الحقّ في الإعلام (حقّ إعلام الجمهور وحقّ الاستعلام) والحقّ في الصّورة والمسؤوليّة الاجتماعيّة للصحفي تُلقي الضّوء على التكامل بينهم والتناقض أحيانًا خلال تغطية الأخبار ونشرها وبثّها. ولكن التّشريعات القانونيّة ومواثيق الشّرف المهنية والأخلاقية رسمت حدود التّكامل بينهم من أجل منع حصول أي تناقض بينهم خلال عمل الصّحفي الميداني والتّحريري.

سوف نستعرض ركائز هذه العلاقة الوثيقة والتّفاعلية الّتي يمكن تلخيصها كما يلي:

- الرّكيزة الأولى: أولويّة الحقّ في الإعلام على سواه من الحقوق الإعلاميّة.

إنّ الحقّ في الإعلام هو قانون أساسي عالمي ثابت وواجب التّنفيذ exigible لأنّ عبارة الحقّ في الإعلام تشير إلى مبادئ قانونيّة معروفة مثل حريّة التّعبير وحق الوصول إلى المعلومات. ويعتبر هذا الحقّ مرادف لحريّة الصّحافة أيّ حريّة الصّحفي بالبحث وتلقّي ونشر المعلومات والأخبار من دون الأخذ بعين الاعتبار الحدود الجغرافية.

والحقّ في الإعلام هو أيضًا قانون متعلق بالقِيَم كونه يحمل في طيّاته احترام معتقدات، وعادات، وتقاليد، وأخلاقيات المجتمع، وحقوق الإنسان، وحماية الحياة الخاصّة والعائلية.

واستنادًا إلى ذلك، يتمتع الحق في الإعلام بالأولويّة على سائر الحقوق الإعلاميّة خصوصًا «الحقّ في الصّورة» في أثناء تغطية الأحداث لأنّ مهنة الصّحفي هي صناعة الأخبار وإعلام الجمهور، ومن واجباته احترام حق الاستعلام للجمهور المتلقي. وهذا يعني أنّ الحقّ في الاستعلام هو حق أساسيّ للمتلقي من أجل الاطّلاع على ما يجري في النشاطات الإنسانية كافّة الّتي تشكّل موضوع اهتمامه.

- الرّكيزة الثّانية: «الحقّ في الإعلام» في نشر الصّورة الثّابتة أو المتحركة ليس حقًا استنسابيًا، إنّما هو حقّ مُقيّد قانونيًا.

إنّ أولويّة «الحق في الإعلام » على «الحق في الصّورة» هي مقيّدة قانونيًا و ليست حقًا استنسابيًا، لأنّ قوانين الإعلام أشارت صراحة إلى الموجبات التي على الصّحفي والمُصور الصّحفي احترامها في أثناء تصوير شخص ما، ونذكر منها على سبيل المثال:

❖ عدم تصوير شخص ما من دون أي مُبرّر بحجة حق الوسيلة الإعلاميّة بإعلام الجمهور، لأنّ ذلك يقتضي حصول المُصوّر الصّحفي على إذنه المسبق.

❖ الامتناع عن نشر صورة شخص ما في وضع غير مناسب ولا يعكس حقيقة شخصية صاحبها، ممّا يُشكل انتهاكًا يمسّ بشرفه وسمعته العائلية والمهنية.

❖ احترام حميمية الحياة الخاصّة والعائلية للشخص المُصَوَّر خصوصًا من المُصورين الصّحفيين الذين تطلق عليهم تسمية البابارازي Paparazzi

❖ عدم استخدام صورة الشخص المُصَوَّر لغايات تجارية أو إعلانيّة من دون إذنه الصّريح.

❖ عدم تضليل المتلقي بواسطة كلام الصّورة المطبوعة أو النّصّ المُرافق للصور التّلفزيونيّة.

إنّ المعلومات البصريّة عن موضوع الحدث الذي تتضمّنه الصّور يمكن أن تكون معروفة أو مجهولة من القارئ أو المشاهد النّاظر إليها. من هنا، يجب إعلام القرّاء عنها عن طريق كتابة « كلام الصّورة» أو نص التّعليق المُرافق للصور التّلفزيونيّة الذي من شأنه مساعدة المتلقي على فهم الرّسالة البصرية الخبريّة للصور.

بناءً على ذلك، أنّ الحق في الإعلام يفرض على الصّحفي عدم تشويه أو تزوير الوقائع الحقيقيّة للخبر الذي تم تغطيته من خلال استخدام كلام صورة أو نص إيحائي مرافق للصور التّلفزيونيّة بهدف تلفيق مضامينها من خلال إضافة تعليقات وشروحات لا علاقة لها بوقائعها.

❖ حظر استخدام التأطير (cadrage) أو التّنقيح (retouche) لتحريف مضمون الصُّوَر.

إنّ الإخراج الفنّي للصور الصّحفية المطبوعة أو التّلفزيونيّة يعطي معنى إضافيًا للخبر المُصوَّر الذي يكون أحيانًا غير موجود عند التقاطها أو تصويرها تلفزيونيًا من خلال عملية إزالة عنصر بصري من عناصرها بواسطة التّأطير (cadrage) أو التّنقيح (retouche) الذي تفرضه متطلبات المهنة الصّحفية بخاصّةٍ عندما تتضمن الصّور جثثًا أو أشلاء ضحايا أو حالات بؤس وفقر،.إلخ.

ولكن التّشريعات القانونيّة تمنع وسائل الإعلام استخدام التّأطير (cadrage) أو التّنقيح (retouche) بهدف تحريف وقائع خبر ما بحجة الحق في الإعلام، لأنّ هذا الفعل يعتبر خرقًا للموجبات القانونية لهذا الحق، ومخالفًا للقواعد الأخلاقيّة المهنيّة الصّحفية وانتهاكًا للمسؤوليّة الاجتماعيّة للصحفي.

❖ منع تركيب الصّور بهدف تزوير وقائع الخبر photomontage

تلجأ بعض وسائل الإعلام إلى تركيب صور مرافقة للنص الصّحفي (تحقيق، مقال، ريبورتاج.) في الصّحافة المطبوعة أو نص التّقرير التّلفزيوني حول حدث ما يكون هدفه اختلاق صورة أو صور جديدة للتقرير التّلفزيوني من خلال استخدام عدد من الصّور.

وهذا يعني أنّ هذه الصّور التي تمّ نشرها أو بثها لم تعد تعكس وقائع الحدث المُصوّر،

إنّما هي صور تمّ تزوير مضمونها، وتحريف معانيها، من أجل خلق واقع جديد مختلف عن الواقع الحقيقي يخدم أهداف وغايات الوسيلة الإعلاميّة التي اختلقته. ومَن يقوم بهذا الفعل يتعرض عادة للمحاكمة الجزائية بجرم تزوير العناصر البصرية للصورة وبالتّالي تحريف الواقع المُصوَّر.

- الرّكيزة الثّالثة: «الحقّ في الصّورة» ليس حقًا مطلقًا، وتطبيقه مرتبط بالظّروف الموضوعيّة الّتي يمارس بها الحقّ في الإعلام.

إنّ الحقّ في الصّورة هو اجتهاد قضائي Jurisprudence مُستمدّ من قانون الحريّة الشّخصيّة وحماية الحياة الخاصّة والعائلية المنصوص عليه في القانون المدني. و يعتبر القانون المدني بأنّ الصّورة هي مُلكيّة معنويّة وحصريّة للشخص، وبالتّالي يسمح له بالاعتراض على التقاط صورته في مكان خاص ونشرها أو بثها في وسائل الإعلام أو في كتاب، ملصق إعلاني، منشور، موقع على شبكة الأنترنت او بودكاست.

والجدير بالذكر، أنّ حماية الحقّ في الصّورة ليست مطلقة وشاملة وهي تتلاشى خلال ممارسة الصّحفي للحق في الإعلام في أثناء تغطية الأحداث، ممّا يعني وجود ظروف موضوعيّة تُحَدِّد ضوابط التقاط الصّور عبر آلة التّصوير أو كاميرا تلفزيونيّة أو الهاتف الجوّال من دون طلب الإذن المُسبق من الإنسان المُصَوَّر ولا يترتّب على هذا الفعل أية مسؤولية قانونية.

وهذه الظّروف الموضوعيّة تبرز وجود استثناءات في تطبيق الحقّ في الصّورة في أثناء قيام الصّحفي في تغطية الأحداث وهي على سبيل الذكر لا الحصر:

1 - في بعض الأحيان، تظهر صورة شخص في تحقيق صحفي مكتوب أو تقرير إخباري تلفزيوني من دون أن يعطي الموافقة، وهذا النّشر أو البثّ مسموح به قانونيًا، ولكن بشرط عدم الإساءة إلى كرامته الإنسانيّة أو وضعه موضع الشك والرّيبة من خلال نشر الخبر.

2 - يُسمح للصحفي تصوير شخص ما مع مجموعة من الأشخاص في مكان عام مفتوح للجميع بشرط عدم تأطير صورته وتكبيرها بشكل يسهّل التّعرف إلى شخصيته.

3 - إنّ الحقّ في الصّورة لا يطبّق على الحياة العامّة للشخصيات السّياسيّة والمشاهير(نجوم السينما والمسرح، مؤلفين موسيقيين، مُطربين، رياضيين، ...)

الذين يمارسون نشاطًا عامًا وعلنيًا متعلّق بمهنتهم، لأنّ التّغطية الإخباريّة تعتبر ركنًا أساسيًا للحق في الإعلام، وحق الاستعلام للقارئ والمشاهد ولمستخدم شبكة الأنترنت، شرط الالتزام بالضّوابط القانونيّة التي تحمي حياتهم الشّخصيّة والعائليّة ومسكنهم ومراسلاتهم. علمًا، بأنّ الحياة الخاصة لهؤلاء السياسيين والمشاهير تتشابك أحيانًا مع حياتهم العامّة، وبالتّالي، لا يمكن تمييز الحدود الفاصلة بينهما ويُترك عادة للقضاء تقدير ذلك.

- الرّكيزة الرّابعة: «المسؤوليّة الاجتماعيّة للصحفي» إزاء الجمهور المتلقي في عمليّة صناعة الأخبار

إنّ «الحقّ في الإعلام» و«الحقّ في الصّورة» لا يعفيان الصّحفي من مسؤوليّته الاجتماعية في أثناء تغطية وقائع الأحداث وتصويرها. وهذه المسؤولية نابعة من كونه يضطلع شخصيًا ومهنيًا بمهمة إضفاء معاني على مضامين الأخبار التي ينشرها ويبثها، والتي تسهم بشكل غير مباشر في تكوين آراء الجمهور المتلقي إزاء الأحداث ومجرياتها، وبالتّالي، تشكيل الرأي العام واتجاهاته.

واستنادًا إلى ذلك، فإنّ صناعة الأخبار ونشرها، وبثها، وتأثيراتها الإيجابية أو السلبية على الجمهور المتلقي تجعل من الصّحفي ليس فقط مجرد شاهد وسيط على تغطية الأخبار، بل قوة اجتماعيّة، وسياسيّة فاعلة ومؤثرة خاضعة للمساءلة، والمحاسبة القانونية والمجتمعيّة.

وتفرض المسؤوليّة الاجتماعيّة على الصّحفي المُتطلبات الآتية:

1 - الالتزام بالاستقامة الشّخصية، والنّزاهة المهنية، والمصداقيّة، واحترام الحياة الخاصة والعائليّة، والكرامة الإنسانيّة للأفراد والجماعات، وعدم نشر صور، وبث صور تلفزيونية تسيء إليهم.

2 - تطبيق مبدأ «الخبر مقدس والرّأي حرّ» وضرورة عدم الخلط بينهما كي لا يضع الصّحفي نفسه في موضع الشّبهة والإرتياب.

3 - احترام الأديان، والأعراق، وتنوّع المجتمعات البشريّة.

4 - رفض استخدام الطّرق الملتوية وغير المشروعة بحجة السّبق الصّحفي.

5 - عدم التّرويج للمصالح الخاصّة على حساب المصلحة العامة.

6 - عدم التّورّط في عمليّات الرّشوة والفساد.

خاتمة

وأخيرًا، أن حريّة الصِّحافة هي حريّة غير محدودة، بقدر ما تكون في خدمة الحقّ في الإعلام بشقّيه «الحقّ في إعلام الجمهور» و «حق الجمهور في الاستعلام، واحترام الحريّات العامّة» وفي طليعتها الحريّات الشّخصيّة للفرد، علمًا بأنّ حريّة الصِّحافة ليست امتيازًا للصحفيين إنّما هي حق للمواطنين جميعًا ومن دون أي استثناء.

وهذا يعني أيضًا، بأنّ الحقّ في الصّورة ليس حقًّا مطلقًا وشاملًا بسبب وجود ظروف موضوعية تُحَدِّد ضوابط استخدام هذا الحقّ من دون طلب الإذن المُسبق من الإنسان المُصَوَر (أيّ الشّخص الذي التقطت صورته) ولا يترتب على هذا الفعل أيّة مسؤليّة قانونيّة على الصِّحفي.

المراجع:

1. الطائي، زياد خلف عليوي، الحق في الصورة وحمايته المدنية - دراسة مقارنة، الموصل (العراق)، دار الكتب القانونية، 2017
2. برتران، أندريه، فتوش، نقولا، الحق في الحياة الخاصة والحق في الصورة، بيروت، المنشورات الحقوقية صادر، 2004
3. جبر، سعيد، الحق في الصورة، بيروت، دار النهضة العربية للنشر و التوزيع، 1905
4. عبد الحميد، محمد، بهنسي، السيد، تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، القاهرة، عالم الكتب، 2004
5. عساف، حسين شاكر، المسؤولية المدنية عن الإعتداء على الحق في الصورة بواسطة الهاتف المحمول، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مؤتة، الأردن، 2009
6. قزيع، نبيل، الحماية الجنائية للحق في الصورة في القانون المصري، القاهرة، دار محمود للنشر و التوزيع، 2016-2015.
7. متبولي، مصطفى، المرأة في الخطاب الإعلاني، بين التعريب و التغريب و الاستغراب، بيروت، باحثات (الكتاب التاسع)،2004-2003.
8. متبولي، مصطفى، الصورة الشمسية الصحفية بين أنا الحدث والتلاعب في نقله، الصورة وتجلياتها البصرية في الثقافة العربية. بيروت، باحثات (الكتاب العاشر)، 2004-.2005.
9. متبولي، مصطفى، الصحفي اللبناني بين الأسطورة والواقع، بيروت، منشورات المكتبة العصرية، 2018.

Références:

1. ALMASY, Paul, La Photo à la une, Paris, CEPJ, 1980.
2. BOURDIEU, Pierre, Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie, Paris, Éditions de Minuit, 1965.
3. CAPO-CHICHI, Christelle, DURAND, Isabelle, Guide juridique de l'image, Paris, Éditions Pyramyd, 2009
4. DUCCINI , Hélène , La télévision et ses mises en scène, Saint-Germain-du-Puy , Nathan , 1998
5. EDWY, Plenel, Le droit de savoir, Paris, Éditions Don Quichotte,.2013
6. HALPERN, Céline, Le Droit à l'image, Paris, Editions de Vecchi, 2003
7. ISGOUR, Marc, en collaboration avec Isabelle Schmitz, Le Droit à l'image, Bruxelles, Larcier, 2014
8. KIENTZ, Albert, Pour analyser les médias. Analyse de contenu, Paris, Mame, 1971.
9. MANIER, Paul Stéphane, Le journalisme audiovisuel, Paris, Dixit, 2003.
10. MATBOULI, Mustapha en collaboration avec A. MOLES, M. MATHIEN. De l'ère électrique à l'ère électronique, 3e volume du 2e tome de la collection, La Communication dans l'Histoire (La Communicazionenellastoria), Rome , éd. Seat 1994
11. MATBOULI, Mustapha « Le Journaliste en situation : vers une nouvelle application de la micropsychologie « in Micropsychologie, volume 3, 1987.
12. MATBOULI, Mustapha, Application de l'Analyse Factorielle de Correspondance (AFC) dans l'analyse iconique de l'image, in Micropsychologie, volume I, 1985.
13. METZ, Christian, Images et pédagogie, in Communications, N 15, Paris, Seuil, 1970.
14. MOLES, Abraham A. et ROHMER, Elisabeth, L'Image Communication fonctionnelle, Casterman, Tournai, 1981. p. 267.
15. ROBERT, Denis, ARFI, Fabrice et autres…((livre collectif), Informer n'est pas un délit, Paris, éd. Calmann-Lévy, 2015
16. TRUDEL, Pierre, Le Droit de la personne sur son image, in Vincent GAUTRAIS, Catherine RÉGIS et Laurence LARGENTÉ (Dir.) Mélanges en l'honneur du professeur Patrick A. Molinari, Montréal, Éditions Thémis, 2018, pp. 353-389.
17. VERBRUGGE, Joëlle, Droit à l'image et droit de faire des images - 2ème édition -, Bruxelles, Les Guides Compétence Photo, 2017.

علاقة التّنمية الاقتصاديّة بالتّنمية الاجتماعيّة وتحقيق السّلم المجتمعي

د. حسيب محمد فقيه

الجامعة اللّبنانيّة

Abstract:

The study aimed at identifying the role of social media on the success of economic development and its influence on the social aspect of development. The study used a descriptive analytical method in order to go back to the traditional economic development and its social impact through exploring the problematic relationship between social and economic development and therefore the essentially lost community peace with the loss of political administration and increased corruption.

The study concluded that the community peace achieves economic and social development through ensuring education for all, using needed skills, changing the value system, activating the role of civic society, providing social safeguards, and public participation.

تمهيد:

يعيش المجتمع المستقر والمزدهر النمو حالة ممتازة من السلم المجتمعي، والتي تسوده الرّفاهة والطمأنينة وهو عنصر أساسي من عناصر تقدّم بناء المجتمع وأفراده. وإنّ تحقيق السّلم المجتمعي لا بدّ أوّلا من تحقيق السّلم الفردي لكلّ فرد، بحيث يعيش هذا الفرد في علاقات ممتازة مع غيره، وأنّ أيّ عدم انسجام وظيفي أو علائقي بين الأفراد أو مع أحد منهم يعني عدم العيش بسلام وحينها ليس ثمّة بديل إلا التّصارع، والتّنازع، والتّخاصم، والتّقاطع بين المكونات البنيوية للسلم الذاتي أو الفردي. وهنا يبدو أنّ الاكتفاء بالأفق الفردي لفعل السلم والمسالمة يعني الانطواء على الذّات والتّقوقع.

وتعتبر التّنمية أنّها أداة مهمة في تقدّم الشّعوب وتطوّر حياة أفرادها، وأنّها من الناس ولأجلهم، بحيث يفترض أن تسود العدالة الاجتماعية، والفرص المتساوية لجميع أفراد المجتمع أي أن تشارك في التنمية الأقلية مع الأكثرية في السّلطة، وفي الثروة، والملكية، والنّصيب العادل من الخدمات. لكن انعكاسات التنمية لم تكن في صالح المجتمع بل إلى اقتسام المغانم لمصالح ذاتية بعيدة عن الأهداف المرجوة.

أهميّة الدّراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من أنّ مسألة تحقيق السلم المجتمعي هي مسألة تهمّ جميع الناس، ليس فقط الباحثين أو السياسيين إنما المواطنون والمجتمع الذي فيه الأمان والاستقرار. وهذا لم يتمّ عل الرّغم من حصول النمو في الاقتصاد كلّه، مع تراجع نتائج التّنمية الاقتصادية، والاجتماعية، وازدياد التفاوت المناطقي، وافتقار المواطنين إلى الحاجات الأساسية.

أهداف الدّراسة:

تهدف الدّراسة إلى التّعرف إلى الأثر الذي يحدثه السلم المجتمعي في عمليات التّنمية الاقتصادية والاجتماعية، وأنّ حالات فقدان السلم المجتمعي ترتبط كسبب مؤثر، ونتيجة لانعكاسات عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية. كما يجب أن تقوم التّنمية الاقتصادية وانعكاساتها الاجتماعيّة بتحقيق السلم المجتمعي، فالهدف ترابطهما مع بعضهما البعض.

أسباب اختيار الدّراسة

يعتبر السلم المجتمعي من أهم المقاييس الأساسية لتقويم أي مجتمع في القرن الحادي والعشرين، وأنّ إمكانية النّهوض به يدل على صحة هذا المجتمع، بينما اهتراؤها دلالة سوء وتخلف، وهو ما يقودنا إلى البحث في موضوع مهم هو السلم المجتمعي.

تبيّن أنّ مسألة تحقيق السلم المجتمعي، بدأت تتراجع مع تراجع تحقيق التّنمية الاقتصاديّة ومع التّنمية الاجتماعية، ومن خلال هذه الدراسة سنحاول التعرف إلى علاقة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وأثرها على السلم المجتمعي.

إشكاليّة الدّراسة:

إنّ فقدان السلم المجتمعي في معظم المجتمعات العربية على اختلاف جغرافيتها، وأنّ عمليات التّنمية الاقتصادية والاجتماعية أصيبت بمشكلات ومعوقات عديدة، جعلت

المجتمع يعيش هاجس الخوف والرّعب من مستقبله؛ بناء على ما تقدّم، نطرح إشكاليّة تتمحور حول كيف تسهم عمليات التنمية الاقتصادية، والاجتماعية في حلّ أزمة فقدان السلم المجتمعي. ومنه نطرح الفرضيات الآتية:

الفرضيّات

-الفرضيّة الأولى: تسهم عمليات التنمية الاقتصادية في حل أزمات فقدان السلم المجتمعي.

-الفرضيّة الثّانية: انعكاس التّنمية الاقتصادية على التنمية الاجتماعية تؤدي إلى تحقيق السلم المجتمعي.

المنهجيّة

المقاربة المنهجيّة سيتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال العودة إلى عمليّات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ووصف المجتمع، وما يعانيه من صعوبات لا بدّ من فهم طبيعة العلاقة بين التّنمية الاقتصاديّة والتّنمية الاجتماعيّة، وانعكاس هذه على السلم المجتمعي.

تتضمّن الدّراسة

المبحث الأوّل: مفهوم السلم المجتمعي وأركانه.

المبحث الثاني: علاقة التّنمية الاقتصاديّة_ الاجتماعية بالسلم المجتمعي.

المبحث الأوّل: مفهوم السلم المجتمعي وأركانه

مفهوم السلم الاجتماعي هو حالة الصّفاء الإنساني في التّعايش الآمن، عبر نبذ الصّراعات العنيفة في محيط المؤسسات والمدن أو المكونات وروافد الدولة كهدف نبيل تهتدي إليه الشعوب في مضمار الصلح، والخلاص من الحروب، والنّجاة من الأخطار من خلال تبني أهداف إنسانية تتمحور حول العدالة، والمساواة، وصيانة العنصر البشري. لأنّ السّلام دائمًا ينظر إليه على أنّه راحة البال والصّفاء، وعلى أنّه الوفاق والانسجام والهدوء بين أفراد المجتمع، وأنّ العدل أو الخير والمساواة يفترض أن تسود بين الناس، عندها يغيب الخلاف بين الأفراد ويبعد عنهم ويلات الحرب و مآسيها وما تجر معها من مشاكل وانعكاسات مختلفة.

أمّا Smola. A Rodney عميد كلية الحقوق بجامعة ديالوير في ويدذر الأمريكية، فيذهب في كتابه «حرية الرّأي والتّعبير في مجتمع مفتوح»، إلى أنّ السلم المجتمعي هي تلك النّتيجة التي أفضت إليها الممارسات الديمقراطية، وحرية التّعبير ما بين شرائح المجتمع عمومًا ضمن الدولة، وهي نتيجة منطقيّة تستند عليها قوة البلد الدّاخلية من نواحي عديدة اقتصادية وتنموية(محمد وائل القيسي. 2017، ص4).

فكل مجتمع يتكوّن من مجموعة من البشر المختلفين عن بعضهم البعض، سواء في انتمائهم الدّيني أو المذهبي أو موقعهم الاجتماعي أو الوظيفي، ولكن ما يجمعهم عقد اجتماعي يحقّق حالة توازن بين الأطراف المجتمعة المختلفة في المصالح، والقوة، والإمكانات، والإرادات؛ وإذا كان هذا العقد يجري على أرض الواقع من دون مشكلات فأنّ مؤداه تحقيق السلم الاجتماعي.

انطلاقًا من معنى السلام بصفة عامة، والذي إما يُعرف بغياب المظاهر السلبية مثل العنف، أو بحضور المظاهر الإيجابية مثل الهدوء، والاستقرار، والصحة، والنماء، الخ، يمكن أن نقترب من مفهوم السلام الاجتماعيSocial Peace . حيث يتكون كل مجتمع من مجموعة من البشر، مختلفون بالضرورة عن بعضهم بعض، سواء في انتمائهم الديني، أو المذهبي، أو موقعهم الاجتماعي، أو الوظيفي، ولكن يجمعهم جميعا وحدة تلمّ شملهم، ما يمكن أن نطلق عليه «عقد اجتماعي»، أي التزام غير مكتوب بينهم، يتناول حقوق وواجبات كل طرف في المجتمع. الخروج علي هذا العقد يمثل انتهاكًا لحقوق طرف من أطراف المجتمع، وإخلالا بالتزامات طرف آخر ممّا يستوجب التّدخل الحاسم لتصحيح الموقف.

أركان السلام الاجتماعي

هناك أركان عديدة للسلام الاجتماعي في أي مجتمع، لا تتصل فقط بالتاريخ، لكنها تقترب أكثر فأكثر من الإدارة السّياسية للمجتمعات .وهي متعددة ومختلفة الخصائص ومترابطة مع بعضها البعض لا تنفك الواحدة عن الأخرى، بحيث أنّ عزل واحدة تبعد صفات السلم الاجتماعي الإدارة السلمية للتعددية، الاحتكام إلى القانون، الحكم الرشيد، حرية التعبير، العدالة الاجتماعية، إعلام المواطنة.

1-الإدارة السّلمية للتعدديّة:

تعرف المجتمعات البشرية ظاهرة التّعدديّة الدّينية والمذهبية واللّغوية، والإثنية بين

الأفراد والجماعات. ولم تعد هناك مجتمعات خالصة بمكوّن واحد لوحده يضمّ أهل دين معيّن، أو مذهب معين، أو عرق معيّن أو لغة معينة. بل تحوّلت المجتمعات إلى تعدّدية ومتنوعة، فيها خليط في كل جماعة بشريًا ودينيًا وثقافيًا. وهذه التّعددية في ذاتها لا تعني سوى ظاهرة اجتماعية، ويتوقف الأمر بشكل أساسي في الأمان على إدارة التّعددية والعيش بسلام بين الإنسان وأخيه الإنسان، بحيث يجب أن يكون من هؤلاء الجماعات هناك إدارة سلمية، تحفظ للجماعات المتنوعة التي تعيش مع بعضها بعضًا مساحة للتعبير عن تنوعها في أجواء من الاحترام المتبادل، وتتشارك في مصير اجتماعهم.

وهناك تعددية سلبية تقوم على اعتبار التّنوع «مصدر ضعف» وليس «مصدر قوة»، حيث يترتب على ذلك العمل بقدر المستطاع نفي الآخر المختلف، واعتبار كلّ آخر مختلف هو مرفوض من جماعة السّلطة أو القوّة. وغالبًا ما تكون لصالح الجماعات الأكثر عددًا، أو الأكثر سلطة، أو الأوسع ثراء ونفوذًا. وقد يؤدي ذلك إلى حروب أثنية، ومذهبية، ودينية، ويخلف وراءه قتلى وجرحى وخراب اقتصادي، والأكثر خطورة ذاكرة تاريخية تتناقلها الأجيال محملة بمشاعر الحق، وذكريات الكراهية، والرّغبة في الانتقام.

2- الاحتكام إلى القانون:

يمثل «حكم القانون» في المجتمع الحديث أحد أهم عوامل تحقيق المساواة والعدالة في العلاقات بين الأفراد، والجماعات. يعني حكم القانون عددًا من النقاط الأساسية: - حيث يكون الأفراد متساوين أمام القانون بصرف النظر عن الاختلاف في اللون أو الجنس أو الدين أو العرق.

- مؤسسات العدالة، الشرطة والنيابة والمحاكم تطبق القانون على الأفراد بحيادية كاملة بصرف النظر عن موقعهم الاجتماعي، أو انتمائهم الديني، أو نفوذهم السياسي.

-يكون اللجوء إلى مؤسسات العدالة ميسورًا مكفولا للجميع، لا يتحمل فيه الشخص أعباء ماليّة تفوق إمكاناته الماليّة أو مستواه الثقافي.

- يحاكم الشخص أمام العدالة بشكل طبيعي، ولا يواجه أية إجراءات استثنائية بسبب انتمائه السياسي أو الديني أو المذهبي.

- تطبق مؤسسات العدالة القانون في إطار زمني معقول، يسمح لها بتداول الأمر

بجدية، وفي الوقت ذاته لا يؤدي إلى إطالة أمد التقاضي على نحو يضيع حقوق المواطنين. سيادة القانون: Law of Rule يقصد به مبدأ المشروعية، وهو خضوع الجميع -حكامًا ومحكومين- لحكم القانون، وعليه يجب خضوع المحكومين سواء في علاقاتهم مع بعضهم أم علاقاتهم بسلطات الحكم في الدولة لحكم القانون، وكذلك خضوع سلطات الدولة المختلفة لحكم القانون (غانم،2017.12) هذه المعايير الأساسية التي تحكم تجسد مفهوم «حكم القانون» في المجتمع.الأمر الذي يؤدي حضورها إلى ما يمكن أن نطلق عليه «التوقع الاجتماعي»، ويعني ذلك أنّ الأفراد يتوقعون نظامًا قانونيًا في المجتمع، يحكم علاقات بعضهم بعضًا، يقوم على وضوح القوانين، وشفافية عملية التّقاضي، والحزم في تنفيذ الأحكام القضائية النهائية واجبة النفاذ.

يؤدي غياب بعض هذه المعايير أو جميعها إلى إهدار لمفهوم المساواة بين المواطنين في المجتمع، ويدفع الأفراد إلى الاستناد إلى قوانين من صنعهم، مثل البلطجة، والرشوة، وجميعها تعبر عن اهتزاز مفهوم «حكم القانون» في نفوس الأفراد، وهو ما يؤثر على السلام الاجتماعي في المجتمع. 3-الحكم الرشيد: الحفاظ على السلام الاجتماعي في أي مجتمع يحتاج إلى حكم رشيد. حيث كثير من القلائل والاضرابات تحدث من جراء غياب المشاركة وسرقة المال العام.

من هنا، يحتاج السلام الاجتماعي إلى ديمقراطية يمثل مفهوم الحكم الرشيد امتدادًا لمفهوم الحوكمة، فأن الحوكمة تهتم بالطرق والآليات سواء كانت تؤدي إلى حكم رشيد أو حكم طالح، أما الحكم الرشيد فيعنى بالطرق والآليات الأنسب للوصول إلى الوضع الأفضل (العالول، منصور، حجاج 2012 :118)، وهذا يعني أنّ **الحكم الرشيد Good Governance** هو مجموعة من المفاهيم الأساسية، يمكن تعريفها بإيجاز **المساءلة Accountability**، وتعني تقديم كشف حساب عن تصرف ما، وتشمل المساءلة جانبين هما: التقييم Appraisal والثواب أو العقاب Sanction ويعني أن يتمّ أولاً تقييم العمل، ثم محاسبة القائمين عليه. يكون ذلك من خلال تفعيل دور المؤسسات السياسية والندوات البرلمانية، والمؤسسات الرّقابية، والإعلام، ومنظمات حقوق الإنسان، ما يؤدي إلى رفع مستوي النزاهة في الحياة العامة.

وتمثل المساءلة قيمة في النسق القيمي للمجتمع قبل أن تكون مجرد آليّات، وأنّ أهميتها القيمية ترتبط بتحقيق قيم أخرى أبرزها الدّيمقراطية، والشّفافية، والتمّكين(فوزي، 1999 :18) **الشفافية (Transparency)** وتعني العلنية في

مناقشة الموضوعات، وحرية تداول المعلومات في المجتمع. تساعد الشفافية في تداول المعلومات على تحقيق المساءلة الجادة، حين تتوفر الحقائق أمام المواطنين في المجتمع. وهي مبنية على التدفق الحر للمعلومات، ويجب أن تكون العمليات، والمؤسسات، والمعلومات، قابلة للمعرفة والوصول المباشر من قبل المهتمين بها، والمعلومات يجب أن تكون كافية، وقابلة للفهم، وتسهل عملية الرقابة والمساءلة (9.1997.,undp)، ويجب أن تكون الشفافية موجودة، وذلك لدرء خطر الشخصنة في التعامل وإساءة استخدام التّشريعات (الكيلاني وسكجها،2000.60) **التمكين(Empowerment)** ويعني توسيع قدرات الأفراد، ومساعدتهم على تطوير الحياة التي يعيشونها. ويشمل تمكين المواطنين وتحويلهم من «متلقين» سلبيين إلى «مشاركين» فاعلين، يكون ذلك من خلال رفع قدراتهم، ومساعدتهم على تنمية أنفسهم، والارتقاء بنوعية الحياة.

المشاركة (Participation) وتعني تشجيع الأفراد على المشاركة في العمل العام، وإزالة العقبات من أمامهم. تأخذ المشاركة صورًا عديدة، منها المشاركة السياسية (عضوية الأحزاب، الإنتخابات، الخ)، والمشاركة الاجتماعية (مؤسسات العمل الأهلي، الجهود التطوعية، الخ)، والمشاركة الثقافية (دخول الحياة الثقافية، وتقدم منتجات ثقافية في شكل كتب أو أعمال فنية، الخ). تربية المواطنين على ثقافة الديمقراطية وتعزيزها من خلال إكساب أعضائها المشاركة في الإنتخابات والتعبير لتحقيق رضا المواطنين(موسى، 2011 :49) وأنّ المشاركة يجب أن تتجاوز الديموقرطية التمثيلية التي تقوم على علاقة غير مباشرة بين المواطنين والدولة من خلال المجالس المنتخبة إلى الديموقراطية التشاركية التي تقوم على روابط أكثر مباشرة بين المواطنين والدولة (إبراهيم العيسوي،17،2012) **محاربة الفساد(Corruption)** ويعني الفساد سوء استخدام الموقع الوظيفي من أجل تحقيق مكاسب شخصية. حيث يلحق الفساد ضررًا بالغًا بمختلف نواحي المجتمع السَياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، بالاضافة إلى الآثار المدمرة التي يتركها الفساد في التنمية الاقتصادية. فقد تحول الفساد إلى أداة لتسيير الحياة اليومية وشراء الولاء، وتجنيد التابعين لهم، وحشد الأنصار، وبناء قاعدة التأييد، وخدمة المصالح الضيقة، شراء سلعة أكثر من ثمنها، والحرمان من خدمة يحتاجها الشخص، أو عدم الحصول على فرصة عمل لغياب الواسطة. فالفساد بأشكاله ومظاهره كلّها يشكّل عقبة في طريق التنمية الاقتصادية، والاجتماعية، وبُعدًا مدمرًا لعملية التنمية وتظهر انعكاساته بصور

شتى منها(حسن أبو حمود،2002 ،ص451):

- يؤثر في الفعاليات الاقتصادية جميعها، بما في ذلك عدم انتظام الحقوق والواجبات المترتبة على المواطنين.
- يضعف ثقة المواطن بفعالية القانون والنظام العام، مما يترتب عليه تشكيل منظومة قيمية أساسها الممارسات السلبية، والمنافع الفردية.
- يعيد توزيع الدخل والثروة لصالح من يمتلك السلطة والجاه، والذين يثرون على نحو مستتر.
- يستخدم كوسيلة لشراء الولاء السّياسي للنظام الذي تتقاطع مصالحه مع مصالح مرتكبي الفساد وأنصارهم الذين يتحولون إلى شركاء فعليين للنظام. وبهذا الشكل يلتهم الفساد البنية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية داخل المجتمع ما لم تقف بوجهه السياسات الوقائية والعلاجية المناسبة.

3 - حريّة التّعبير:

تعدّ حرية التعبير من مستلزمات عملية بناء السلام الاجتماعي في أي مجتمع. فمن الثابت أن المجتمعات تقوم على التعددية الثقافية، والدينية، والنوعية، والسياسية، كل طرف لديه ما يشغله، وما يود تحقيقه. القاسم المشترك بين الجماعات المختلفة هو أساس بناء المجتمعات، ولا يتحقق السلام الاجتماعي من دون أن تتمتع كل مكونات المجتمع من مساحات متساوية في التعبير عن آرائها، وهمومها، وطموحاتها في مناخ عقلاني يسوده الإنفتاح، يمكن الاستماع إلى كل الأطراف، وتفهم كل الآراء، من دون استبعاد أحد، بهدف الوصول إلى الأرضية المشتركة التي يلتقي عندها الجميع.

4 - العدالة الاجتماعية:

تعدّ العدالة الاجتماعية ركنًا أساسيًا من أركان السلام الاجتماعي لا يمكن أن يتحقق في أي مجتمع إذا كانت أقليته تحتكر كل شيء، وغالبيته تفتقر إلى كل شيء. الصراع بين الطرفين سيكون السمة الغالبة. ولا يقتصر مفهوم العدالة الاجتماعية على المشاركة في الثروة، وتوسيع قاعدة الملكية لتشمل قطاعات عريضة من المجتمع، والحصول على نصيب عادل من الخدمات العامة، ولكن يمتد ليشمل ما يمكن أن نطلق عليه «المكانة الاجتماعية»، التي تتحقّق من خلال مؤشرات واضحة مثل التعليم. وتقتضي العدالة

الاجتماعية أن يحصل كل شخص على فرصة حياتية يستحقها بجهده، وعرقه، وهو ما يعني انتفاء أشكال المحسوبية والواسطة كلها، التي تعد الباب الملكي للفساد.

فالعدالة الاجتماعية هي تلك الحالة التي ينتفي فيها الظّلم والاستغلال والقهر والحرمان من الثروة أو السلطة أو كليهما....ويتمتع فيها الجميع بحقوق اقتصادية، واجتماعية، وسياسية، وبيئية متساوية، وحريات متكافئة (العيسوي،199.2013).

5- الإعلام والتّوعية:

يحتاج المجتمع إلى إعلام تعدّدي، يساعده على ممارسة التّعددية من ناحية، ويكشف الأمراض الاجتماعيّة، والسياسيّة، والثقافيّة بهدف معالجتها والنّهوض بالمجتمع. هنا، نفرّق بين نوعين من الإعلام: إعلام المواطنة، وإعلام ضدّ المواطنة. ما يحتاج إليه السلام الاجتماعي- قطعًا- هو إعلام يعزّز المواطنة. فالمهمّة الأساسيّة في مجال التّنميـة هي تزويد المجتمع بأكبر قدر ممكن من الحقائق، والمعلومات الدّقيقة التي يمكن للمعنيـين بالتّنميـة التحقق من صحتها. وبقدر ما يقدم الإعلام من حقائق ومعلومات بقدر ما تحقّق التنمية أهدافها، وهذا ما يسمى باسم (الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري). خصوصًا، وأنّ الدّور ينصب على كيفية توجيه الجماهير لخدمة الرّخاء، ويكمن المنطلق الأساسي للتخطيط الإعلامي في إدراك الاتّجاهات المتعارضة لأفراد المجتمع وجماعاته الصغيرة. وعندما ينجح الإعلام في توحيد الاتجاه بين الأفراد والجماعـات، فأنّ المحصّلة ستكون توحيد أفراد وجماعات المجتمع نحو هدف واحد عام للمجتمع أو أهـداف عديدة (جمال الجاسم المحمود ، 254،2004) .

وهذه الرّؤية توضّح إجماع أصحاب المصالح على أهميّة العيش بسلام، واعتماد القرار الرشيد والمسؤول عن طبيعة الحياة والمستقبل الاقتصادي، والاجتماعي، المرجو للمجتمع بحياة فيها الرفاهية والأمان؛ وهنا، تطرح أهميّة الاهتمام بالتّنمية، لأنّ الأساس في أيّ تنمية الرّفاهية الماديّة، وتأمين الحياة اليومية عبر تحسين الدّخل الفردي، والتّمتع بالصّحة الجيدة لفترة طويلة، وتملك العلوم، والمعارف، والفنون المعاصرة مع تحسن الظّروف البيئية التي يعيش فيها الإنسان.

المبحث الثّاني: علاقة التّنمية الاقتصاديّة - الاجتماعيّة بالسّلم المجتمعي.

التّنمية الاقتصاديّة والاجتماعيّة

لم ينجح العالم في تبنّي خطوات جادة على طريق الاستدامة الحقيقية لنتائج التنمية، بحيث لم يتمّ التوفيق بين التناقضات القائمة بين التنمية الاقتصادية، والسياسات الاقتصادية المتبعة، خصوصًا إذا كانت السياسات الاقتصاديّة تعبّر عن الإجراءات والتّدابير التي تتبناها الدّولة لتحقيق أهداف أو معالجة مشاكل معينة في ظلّ عدم توفر موارد بشرية وماليّة؛ وأنّ كلّ من التّنمية والنّمو الاقتصادي تتضمّن الزيادة في النّاتج القومي أو زيادة العناصر المستخدمة، وزيادة كفاءتها الإنتاجيّة على العكس، فأنّ التّنمية زيادة لكنها ليست تلقائية بل بفعل قوى معيّنة تؤدّي إلى تغيير في الهياكل الاقتصاديّة والاجتماعيّة، أيّ أنّها تتضمّن من حيث المفهوم قوى معينة وتؤدي إلى تغيير في الهياكل الاقتصاديّة والاجتماعيّة.

لقد أخذ مفهوم التّنمية دلالات ومعاني عديدة منها: أنّها جملة العمليات التي تتضافر وتتوحّد فيها جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية للمجتمعات (حفظي، 2011،ص.24).

درجت الكتابات الاقتصاديّة على استخدام العديد من المصطلحات، كالنّمو، والتّنمية، والتّقدّم للتعبير عن ظواهر التّغير في المجتمعات المتخلفة. وهذه المصطلحات تبدو لبعض الاقتصاديين أنّها تحمل المعنى نفسه تقريبًا، في حين يحاول البعض الآخر أن يميّز بينها على أساس أنّ لكل منها مدلولًا اقتصاديًا محددًا حيث يختلف عن الآخر.

وفي هذا الصّدد يدور النّقاش بشكل أساسي حول مسألة التّمييز بين مصطلح (النمو الاقتصادي) ومصطلح (التنمية الاقتصادية) (خميس خلف الفهداوي، د. مازن عيسى الشيخ راضي، 2000، ص119).

فإذا كان النُّمو يمثل التّحسن الكمّي لمجمل الاقتصاد بما في ذلك الموارد والنُّمو الديمغرافي، وإنتاجية العمل، فهذا النُّمو يقتضي سلسلة من التّغيرات في الهيكل الاقتصادي حتى نضمن استمراره ـ فإنّ التّنمية الاقتصاديّة تعرف بأنّها «سلسلة من التّغيرات، والتأقلمات التي من دونها يتوقف النُّمو»، كما تعرف أيضًا بأنّه: «مجموع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية المرافقة للنمو» (رابح رتيب،1999 ، ص89).

لذلك، تعرف التنمية الاقتصادية بأنّها الزيادة السّريعة والتراكمية المستمرّة في متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي الحقيقي خلال فترة من الزمن، وأنّها أيضًا سياسة اقتصادية طويلة الأجل لتحقيق النّمو الاقتصادي في عملية يزداد بوساطتها الدخل القومي الحقيقي للاقتصاد خلال فترة زمنية طويلة (كامل بكري 1986 ، ص17-16). ومع ذلك، بقيت مستويات المعيشة في المجتمع بلا تحسن واستمرت قطاعات واسعة بالثبات أو بالتراجع في خدمة المواطنين، الأمر الذي استوجب الاهتمام بالقضايا والأبعاد الاجتماعية التي لم تصاب بعمليات التنمية الاقتصادية، ما استوجب وضع مفهوم التنمية الاجتماعية.

وتعرف «التنمية الاجتماعية بأنّها مجموعة من العمليّات التي تستهدف إحداث التّغير الاجتماعي المقصود عن طريق تحسين الظروف المعيشية للمواطنين، وتوفير المزيد من برامج الرعاية من خلال الجهود البناءة مع نسق التنمية الاقتصادية في المجتمع، فهي ترتكز على مقومات مفصلية محدّدة وفق جهد مدروس ومخطط له، هادف لإحداث التغير الاجتماعي الإيجابي في المجتمع المبني وفق علاقة نسقية بالمكون الاقتصادي. وكل هذه المقومات تشكل ما ينعت بالتنمية الاجتماعية (خاطر، 2002،ص.14).

وهي أيضًا تنمية للعلاقات والرّوابط القائمة في المجتمع، وكذلك رفع مستوى الخدمات التي تحقّق تأمين حاجة الفرد، كما ورفع مستواه المعيشي والثقافي والصحي، وأيضًا زيادة قدراته على تفهم مشاكله وتعاونه مع أفراد المجتمع للوصول إلى حياة أفضل. (محمد .2005 ، ص50).

إذًا، التنمية هي تغير مقصود وواعي للهياكل الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية القائمة في المجتمع بلوغًا لمستويات أعلى من حيث الكمّ والنّوع لإشباع الحاجات الأساسيّة لغالبية أفراد المجتمع. (عبد الرحمن، إسماعيل، وعريقات، حربي. 1999، ص 331).

من خلال ما تقدم، نرى أنّ للتنمية الاقتصادية لها أهمية كبيرة في حياة الأفراد الاجتماعية، ويمكن أن نلخص منها ما يلي:

1- زيادة الدخل الحقيقي، وتحسين مستوى معيشة المواطنين.

2- توفير فرص عمل للمواطنين.

3- توفير السلع والخدمات المطلوبة لإشباع حاجات المواطنين.

4- تحسين المستوى الصحي، والتعليمي، والثقافي للمجتمع.

5- تقليل الفوارق الاجتماعية، والاقتصادية، بين طبقات المجتمع.

6 - تحقيق الأمن الاجتماعي.

لكن هذه النتائج لم تستطع تغيير الأوضاع الاجتماعية بصورة تمحو الظواهر السلبية لعمليات التنمية، ونذكر منها الفقر، والعوز، والموت أمام أبواب المستشفيات أو عدم شمول الأطفال التعليم.

وبهذا الصّدد يؤكد الخبير الاقتصادي الباكستاني «محبوب الحق» بأنّ التّنمية يجب أن تعنى بتوسيع خيارات أفراد المجتمع في جميع المجالات الاقتصادية، والسياسية، والثقافية؛ كما أنّ التنمية من دون عدالة في توفير الفرص للجميع تعنى في تحديد الخيارات لكثير من الأفراد في المجتمع.

أهم معوقات التنمية من النّاحية الاجتماعيّة:

أفرزت عملية التنمية أوضاعًا اجتماعية مقبولة، لكن في مجتمعات معينة حيث واجهت عددًا من المعوقات ومنها:

- أوّلًا: ارتفاع معدلات النّمو الدّيمغرافي، ونقص الموارد الإنتاجية.

- ثانيًا: انتشار الأميّة، وتقلص في مستويات التّعليم، والنّظام الاجتماعي.

- ثالثًا: حيث يمكن النّظر أنّهما يشملان العلاقات المتبادلة والمتداخلة بين ما يسمّى بالعناصر الاقتصادية وغير الاقتصادية.

- رابعًا: الأوضاع الاجتماعية (انتشار الأمية، وانخفاض المستوى الصحي، وارتفاع معدل الوفيات، وارتفاع معدل المواليد، وعمل الأطفال، وغياب دور المرأة في العملية الإنتاجية).

ومن أبرز هذه المشكلات مشكلة ضعف المشاركة الجماعية في خطط التنمية، وذلك لسبب هيمنة فئة معينة على مشاريع التنمية، وبالتالي، فإنّ الفئة المسيطرة تسعى إلى الاحتفاظ بدورها ومكانتها لأطول فترة ممكنة، حيث يحتكرون الامتيازات ويحولون الاستفادة من المشاريع الاقتصادية والاجتماعية لصالحهم الخاص.

إنّ اصطلاح التّنمية الاجتماعيّة عبارة عن عمليات تغير اجتماعي تلحق بالبناء الاجتماعي ووظائفه بهدف إشباع الحاجات الاجتماعية للأفراد (فاروق العادلي،1985، ص 556-555).

ويقصد بجانب التّنمية الاجتماعية الإجراءات المتخذة لتحديث المجموعات البشرية وتطويـرها بهدف تحقيق، وضمان الاستقرار الاجتماعي الذي يحقّق أفضل وأحسن لمستويات التنمية؛ وأنّ النّظرة الدقيقة لمفهوم التنمية الاجتماعية، وما تتضمنه من عمليات تغيير اجتماعي يفرض إشباع الحاجات الاجتماعية لأفراد والجماعات في ظل إيديولوجية تترجم آمال المجتمع، وتصوّر ما يجب أن يكون عليه مستقلا في الميادين كلّها، تجعلنا نقف عند مميزات يجب أن تتوافر في تعريف التنمية؛ وبالتالي، في تطبيقاتها الميدانية (مصطفى زايد،1986،ص65).

العلاقة بين التنمية الاقتصادية وبين التنمية الاجتماعية

إنّ التنمية الاجتماعيّة في الدّول النّامية يجب أن تكون على مساس مباشر بالمجالات الاجتماعية (كالتعليم، والصحة، والإسكان والضمان الاجتماعي، كذلك بالنظم، والقيم، والتقاليد، والعادات والاتجاهات والموروثات)، بحيث تعمل التنمية الاجتماعية على تشجيع وتفعيل ما هو مثمر منها من وجهة نظر المجتمع.

إذًا، فالتنمية الاجتماعية ضرورية للتنمية الاقتصادية، فهي تدفع عجلتها وتضمن نجاحها واستمرارها، وفي الوقت ذاته، تعتمد عمليات النّمو الاقتصادي في الدّول النّامية على رأس المال البشري والمادي. وهنا، يمكن العمل على تفعيل عوامل التّنمية الاجتماعية، وتنفيذ العديد من المشروعات.

مشروعات التّنمية الاجتماعيّة:

بعد أنّ اتّضح أنّ عمليّة التّنمية الاقتصاديّة والاجتماعية تعتمد على جمع إمكانات المجتمع كافّة، بما فيها من طاقات، وموارد، وخبرات كلّ من القطاعين العام والخاص، لتتشارك في تنظيمات مؤسّسية تتولى إنشاء المشاريع وتشغيلها بمختلف أنواعها؛ وذلك، بعد أن واجه القطاع العام تحدّيات وصعوبات في تحقيق الأهداف التّنموية المنشودة، وتحسين أدائه، ومن إسهامات القطاع العام الخدمات التّعليمية والخدمات الصّحية والمجال الثقافي، لا بدّ من تدخل القطاع الخاص ومشاركته في عمليّة التنمية. لكن، هناك معوّقات اجتماعيّة وعوامل مختلفة منها:

1 - انتشار البطالة في المجتمع.

2 - ارتفاع معدلات الزّيادة السّكانية بالنّسبة إلى الإنتاج مع عدم الاستغلال الأمثل لتلك القوى البشريّة المتزايدة حيث يترتب على هذه الزيادة غير المستغلة نقصًا فى دخول الأفراد.

3 - التّأثير السّلبي للخدمات المقدمة للجمهور،

4 - تفاقم المشكلات الاجتماعيّة والاقتصادية كذلك زيادة تلوث البيئة.

5 - سوء توزيع السّكان جغرافيا والتّفاوت في الازدهار والنّمو بين مناطق المجتمع

6 - العادات المرتبطة بنمط الإنفاق الاستهلاكي.

كما تعتبر المعوّقات السّياسية والإدراية من المعوقات الأكثر أهميّة فى تنمية تلك البلدان، والتي عانت ولا تزال تعاني إلى وقتنا هذا من تبعات الاستعمار، وغياب الرّؤية التنمويّة النّابعة من كشف الواقع المجتمعي الصّحيح لتلك البلدان، وتحديد الإمكانات المتاحة لها، وتحديد أهدافها وفق الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية، والطاقات البشرية الهائلة، التي تنعم بها تلك الدّول على الرّغم من فقرها الظّاهري(محمد شفيق،1982،ص 429).

وعلى الرّغم من المكاسب الملحوظة في التنمية الاجتماعيّة، والاقتصادية، والبشرية، لا تزال هناك تفاوتات عميقة في الظروف المعيشية وفي إمكان النّفاذ إلى الثروة والفرص بعدالة وإنصاف.

إنّ التّفاوت في الدخل في المنطقة العربيّة مدفوع في غالبيته بأوجه اللامساواة بين البلدان، التي تكشف وجود اختلافات كبيرة في مستويات معيشة السكان، كما يتضح من التباين الكبير في الدّخل القومي للفرد الواحد.

فالحصول على عمالة مستقرة، وآمنة بأجر مقبول، وتأمين برامج الحماية الاجتماعية، إنّما يشكلان محدّدين رئيسين للحدّ من الفقر، ولتحقيق الإندماج الاجتماعي لا بدّ من توزيع الثّروة الوطنية بعدالة وإنصاف، ويستحقّ اهتمامًا خاصًا. وحق كل فرد في العمل وكسب الرزق أمر معترف به في العهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية.

إنّ توفير إمكانيّة الحصول على السلع والخدمات الأساسية للجميع على قدم المساواة مكرّس في القانون الدولي لحقوق الإنسان، ويرتبط ارتباطًا وثيقًا بأهداف العدالة الاجتماعية. فكما يؤكد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان أو العهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، لأجل العيش بكرامة، يحق لكل فرد أن يعيش في مستوى معيشي لائق، وأن يحصل على سكن ملائم ومياه وغذاء كافيين وعلى أعلى مستوى يمكن بلوغه من الصحة والتعليم. لذا، يكمن الحصول على خدمات أساسية مثل التعليم، والصّحّة، والحماية الاجتماعية في صميم جهود الدول المكلفة بالمسؤولية الرامية إلى تعزيز العدالة الاجتماعية.

يعتبر الهدف العام لمشاركة المواطنين وانخراطهم في الحياة العامة وإعطائهم نفوذًا حقيقيًّا في عملية صنع القرار، على أن يحقق ذلك أيضًا بعض مكوّنات العدالة الاجتماعية. فالمشاركة الشاملة:

- أوّلاً: يمكن أن تعطي صوتًا جديًّا للأقليّات والمجموعات المستبعدة إذا كانت العملية مفتوحة بما فيه الكفاية. - ثانيًا: تسهم المشاركة في خلق ثقافة وحوار وتعبير حر عن الأفضليّات والآراء، وبالتّالي إعمال حق التعبير عن الذات.

وأخيرًا، تؤدّي المشاركة إلى اتخاذ قرارات أكثر شرعية، ويشعر المواطنون بالمقابل بأنّ صوتهم قد سمع، وأن إسهاماتهم قد وجدت آذانًا صاغية، ما من شأنه أن يعزز بالضرورة الشعور بالعدالة.

واستنادًا إلى ما تقدم ذكره نرى:

إنّ التنمية الاجتماعية ضرورية للتنمية الاقتصادية، فهي تدفع عجلتها وتضمن نجاحها واستمرارها، وفي الوقت ذاته، تعتمد عمليات النمو الاقتصادي في الدول خصوصًا المتخلفة منها على الرأس المال، كما تتطلّب أيضًا، وفي المقام الأوّل رأس مال بشري على مستوى خاص من الصحة، والتعليم، والإسكان، والإنتاج يمثله التركيب السكاني للمجتمع، وبناؤه الطبقي، ونظمه الاجتماعية، ومستوى الخدمات المقدمة إليه من تعليم، وصحة، وتغذية، وتشغيل، ونمط استهلاكي، وتحدّده وتؤثر فيه المعوقات المتصلة بالتغيير الاجتماعي كالمشكلات الاجتماعية، والفوارق الكبيرة في مستوى المعيشة، ومشكلات الهجرة الداخلية، وإشكاليّة التوازن الجغرافي بين الرّيف والحضر، باعتبار أنّ التنميتين الاجتماعيّة والاقتصاديّة تحققان هدفًا واحدًا، كما أنّ كلا منهما تعتمد على

الأخرى وتؤثر فيها. وبشكل عام، فأنّ عملية التنمية تعتبر قضية معقدة ومتشابكة الجوانب، ذات أبعاد متداخلة لها خصائص مختلفة، ولكنها مترابطة متداخلة يعمل بعضها من خلال بعض، ويؤثر بعضها في البعض الآخر.

-إنّ الفرضيّة الأولى في تحقيق التنمية الاقتصادية، والنّمو الاقتصادي، لم تسهم في حلّ أزمات السلم المجتمعي نظرًا لعمليات التفاوت في توزيع الدّخل الوطني، ومسالك الفساد المنتشرة في مفاصل الإدارات الحكومية بالإضافة إلى استبعاد مشاركة المواطنين في صنع القرار.

-أمّا الفرضية الثانية، والتي لم تتحقق لارتباط التنمية الاقتصادية بخصائص السلم الاجتماعي، وبالتالي، ارتباط التنمية الاجتماعية، بالتنمية الاقتصادية، فأنّ الظّواهر السلبية لا تزال منتشرة بشكل فاضح، ولا تعمل المؤسسات على تغييرها، بل زادتها استفحالا وارتباطها بالبنية الاجتماعية لحياة الأفراد، والتي باتت جزءًا لا يتجزأ من تفاصيل حياته اليوميّة.

ومن أهم متطلبات الواجب اتّخاذها للتنمية الاجتماعيّة في أن تكون سبيلاً إلى التّغير نستخلص الآتي:

- ضمان حدّ أدنى من التّعليم لكلّ مواطن.

- المساهمة في تعديل نظام القيم والاتجاهات بما يتناسب مع الطموحات التنموية للمجتمع والعمل على إحداث تغيير مقصود في سلوك المواطنين في إطار القيم والعادات الأصيلة لتحقيق نمو متوازن عن طريق استغلال إمكانات البيئة المحلية المتاحة ومواردها.

- دفع الأفراد إلى تحسين أوضاعهم الاجتماعيّة، والتّعاون، والتّضامن فيما بينهم للمساهمة جميعًا في حل مشكلاتهم المشتركة. كما لا بدّ من إمداد الفرد بالمعلومات، والمهارات، والاتّجاهات اللّازمة لرفع مستواه في المجتمع وتحقيق الكيف الملائم له.

- تشجيع نظام حقوق الإنسان وحمايته من خلال التّشريعات، والقوانين، والأنظمة، وتطبيقاتها التي تضمن الحقوق الإنسانيّة والمدنية كلّها للإنسان.

- توفير الضمانات الاجتماعيّة اللازمة لأفرادها.

-إنّ تحقيق الاستقرار السياسي من خلال استبدال الأنظمة المستبدة والأوتوقراطية

الراهنة بأنظمة حكم تعدّدية وديمقراطية، تؤمن الحريات العامة.

-إنّ تحقيق الاستقرار الاجتماعي يؤدي إلى تطوير مؤسسات المجتمع، والتي تؤمن الحقوق الأساسية لمختلف طبقات المجتمع، والتي تساعد في تعميق روابط التّعايش بين مختلف المكوّنات، وتحقيق الإنجازات التنموية للطبقات الاجتماعية جميعها.

لذلك، أنّ التنمية تهدف إلى تحقيق الرفاهية، لأنها بإطارها الواسع تسعى إلى إحداث النمو والتطور في المجتمع بصورة تقود إلى رفع مستوى المعيشة، و تستهدف تحقيق الرفاهية في المجتمع باعتبار أنّ التنمية يستفيد منها أفراد المجتمع جميعهم من خلال تحقيق العدالة الاجتماعية، و بالتّالي الرفاهية، لأنّه من دون العدالة تكثر النزاعات، وتعظم سيطرة طبقة على أخرى أو جنس على آخر، و هو الظلم الواجب رفعه عن المجتمع من أجل تنمية شاملة، اقتصادية، اجتماعية، وإنسانية.

المراجع:

1. إبراهيم العيسوي،2012 نموذج التنمية المستقلة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت،
2. إبراهيم العيسوي، 2013، الافاق المستقبلية لتحقيق العدالة والتنمية في اقتصاد الربيع العربي (حالة مصر) مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، السنة 15، العدد 1 كانون الثاني.
3. إحسان حفظي. 2011، علم اجتماع التنمية: دار المعرفة الجامعية الإسكندرية.
4. أحمد مصطفى خاطر، 2002 التنمية الاجتماعية: المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية.
5. جمال الجاسم المحمود، 2004، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية– المجلد 20 -العدد الثاني، دمشق.
6. حسن أبو حمود، 2002، الفساد ومنعكساته الاقتصادية والاجتماعية، مجلة جامعة دمشق، المجلد الثامن عشر، العدد الأول، دمشق.
7. خميس خلف الفهداوي، مازن عيسى الشيخ راضي، 2000 التنمية الاقتصادية، جامعة الكوفة، العراق،
8. رابح رتيب، 1999، التنمية الاقتصادية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر،
9. سائدة الكيلاني، و باسم سكجها 2000 نحو شفافية أردنية، مؤسسة الأرشيف العربي، عمان. ط1
10. سامح فوزي،1999 المساءلة والشفافية - إشكاليات تحديث الإدارة المصرية في عالم متغير، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة.
11. عبد الماجد العالول، ومعتصم منصور، نهاد وحجاج 2012 مدخل إلى منظمات المجتمع المدني والتنمية، دار الكتب والمكتبات بوزارة الثقافة، غزة، فلسطين.

12. عبد الرحمن، إسماعيل، وعريقات، حربي، 1999مفاهيم أساسية في علم الاقتصاد،عمان، ط 1.

13. فاروق العادلي، 1985، «قطاعات التنمية في المجتمع العربي»، في: دراسات في المجتمع العربي، تأليف نخبة من أساتذة الجامعات العربية،: اتّحاد الجامعات العربية (الأمانة العربية)، ط1، عمان.

14. كامل بكري، 1986، التنمية الاقتصادية، دار النهضة العربية، بيروت.

15. محمد شفيق، 1982، هجرة أعضاء التدريس من الجامعات للعمل بالخارج ـ دوافعها ـ آثارها، القاهرة، جامعة عين شمس.

16. محمد عبد الفتاح محمد، 2005، الأسس النظرية للتنمية الاجتماعية في إطار الخدمة الاجتماعية: المكتب الجامعي الحديث، د ط، الإسكندرية.

17. محمد وائل القيسي. 2017، السلم المجتمعي: المقومات وآليات الحماية «محافظة نينوى أنموذجًا". مركز نون للدراسات الاستراتيجية، العراق

18. مصطفى الزايد، 1986، التنمية الاجتماعية ونظام التعليم الرسمي في الجزائر (1962-1930)، مدخل جديد لدراسة المجتمعات السائرة في طريق النمو: ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

19. هاني عبد الرحمن غانم، 2117، القضاء الإداري، مكتبة نيسان للطباعة والنشر، فلسطين. ط1

20. أشرف عبد العزيز موسى، 2011، الإصلاح الإداري في الوزارات الفلسطينية ودوره في تعزيز الحكم الرشيد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس، فلسطين.

21. التقارير والمؤتمرات والندوات والمجلات برنامج الأمم المتحدة الإنمائي UNDP 1997، تقرير التنمية الإنسانية العربية خلق الفرص للأجيال القادمة، المكتب الإقليمي للدول العربية.

دور التّربية الإعلاميّة في تنمية المسؤوليّة الاجتماعية والأخلاقيّة وتعديل مفهوم الاتّصال الإعلامي لدى المتعلّم

د. منى طوق
الجامعة اللبنانية

Abstract:

Information is available in huge quantities on media platforms. Therefore, training the learner to read, criticize and analyze is no longer sufficient. However, there is an urgent need for more than that, to share content distinct from other intellectual products marketed by these platforms.

It means that the learner acquires the media components that contribute to acquiring knowledge based on values, morals, social responsibility and innovative specifications, in order to achieve quality in media content, and not only remain a consumer but rather a participant, producer and creator in the media process.

This quality requires the learner to master the scientific foundations of how to deal with media content in a conscious and responsible manner by making sure that the information is correct and credible and not to be drawn into fabricated content that aims to attract the negative recipient and accept ideas without discussion.

مقدّمة:

تتوفر المعلومات بكميات هائلة في المنصات الإعلامية. لذلك، لم يعد يكفي تدريب المتعلّم أن يقرأ وينتقد ويحلل. إنّما، باتت الحاجة ماسة إلى ما هو أكثر من ذلك، أن يشارك بمضمون مميز عن سائر المنتوجات الفكرية التي تسوقها هذه المنصات.

يعني أن يكتسب المتعلّم المكوّنات الإعلاميّة التي تُسهم باكتساب المعرفة المبنية على القيم والخلقية والمسؤوليّة المجتمعيّة والمواصفات الابتكارية، لتحقيق الجودة في المحتوى الإعلامي، وألّا يبقى مستهلكًا فقط بل مشاركًا ومنتجًا ومبدعًا في العمليّة الإعلاميّة.

تتطلّب هذه الجودة أن يُتقن المتعلّم الأسس العلمية لكيفية التعامل مع المحتوى الإعلامي بطريقة واعية ومسؤولة من خلال التأكد من صحة المعلومة ومصداقيتها، وعدم الإنجرار وراء المضامين المفبركة التي تستهدف استقطاب المتلقي – السّلبي وتقبّل الأفكار من دون مناقشة.

تساعد هذه الأسس أن يتمتع المتعلّم بهامش كبير من الحرية لاختيار المضمون المناسب والاستفادة من الخصائص الثقافية من دون الانغماس بالفردية والأنانيّة.

وينبغي على المتعلّم أن يتميز بالمواصفات الآتية: تنشيط الخيال، تطوير الحسّ النقدي، الحرية الفردية، التّحرّر الذاتي، احترام الخصوصية، الإثارة الفكرية، تحفيز الفكر الحر.... أن يرفض الاستسلام للأنماط التقليدية، ويقدّم كل جديد بأسلوب إبداعي وجمالي من دون التّلاعب بالفكرة أو الصّورة الأصلية. أن يستثمر القدرات العقلية واحترام الأبعاد الاجتماعية، والنّفسية، والوجدانية، والثقافية، والفكرية لتحليل المحتوى الإعلامي وتقييمه ونقده والمشاركة في إعادة إنتاجه ومراعاة خصوصية المجتمع في التحول المعرفي.

وعندما يستطيع المتعلّم أن يحدث فرقًا ويتميّز عن غيره ويتحكم في البُنى الذهنية إزاء أي سلوك يمارسه، يكون قادرًا على تحسّس المشاكل واستنباط الحلول بطريقة مبدعة.

هذا الواقع يفترض التّساؤل عن ماهية المادّة التّعليمية الّتي تؤسس لهذا الوعي الاتّصالي لدى المتعلّم، وتكوّن استقلاليّة الفرد المثيرة للجدل. إنّها فلسفة التّربية الإعلاميّة التي تتجاوز حدود النّمط التّقليدي في التّعبير لصناعة معرفة جديدة.

بناءً على ذلك، برزت إشكاليّة الدراسة: كيف تنمي التربية الإعلاميّة المسؤوليّة، الاجتماعيّة، والأخلاقيّة لدى المتعلّم وتُسهم بتكوين معرفة جديدة حول مفهوم الاتّصال الإعلامي؟

وانبثقت عن هذه الإشكاليّة الفرضيات الآتية:

- تنمي التّربية الإعلاميّة المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة لدى المتعلّم.
- تسهم التّربية الإعلاميّة بتكوين معرفة جديدة حول مفهوم الاتصال الإعلامي.
- تشكل التربية الإعلامية مادة بحثية في المناهج التعليمية، وتتزايد أهميتها مع ارتفاع نسبة استخدام وسائل الإعلام.

أهميّة الدّراسة

تكمن أهميّة الدّراسة بتحديد مسار التّربية الإعلاميّة على ضوء التّجارب التي قدّمتها بعض الدّول الأوروبيّة والأميركية والعربية، والإشارة إلى مكانتها في المناهج التعليمية اللبنانية.

أهداف الدّراسة

تهدف هذه الدّراسة إلى تحديد مقوّمات التّربية الإعلاميّة ومستلزمات التّطبيق لتنمية المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة لدى المتعلّم والإسهام بتعديل المفهوم الاتصالي لإنتاج المادّة الإعلاميّة بشكل واعٍ وناقد.

مفاهيم الدّراسة

التربية الإعلامية: حدّدها مركز محو الأمية الإعلاميّة centre for media (CML) literacy[1] بأنها «قدرة الشباب للوصول إلى المعلومات من مصادر متنوعة، تحليل واستكشاف كيفية تكوين الرّسائل، تقييم الرّسائل الضّمنية والصّريحة ضدّ المبادئ الدّيمقراطية والأخلاقية، التعبير عن رسائلهم الخاصة أو إنشائها باستخدام مجموعة متنوعة من أدوات الوسائط الرقمية والمشاركة في ثقافة إعلامية عالمية» (http:// www.medialit.org/about-cml, 2019).

وتشمل التربية الإعلامية القدرة على التوصل للمعلومات، وتحليل الرسائل، وتقويمها، وإيصالها (Hobbs R. , 1998, p. 22) وتُبنى التربية الإعلاميّة النقدية على مقاربات تدريس التلامذة على تقدير الخصائص الجماليّة للإعلام، واستخدام مختلف الوسائل التّكنولوجية الإعلامية كأدوات للتعبير عن أنفسهم. وتُحلّل الثّقافة الإعلاميّة كمنتجات للمواد، والصراع الاجتماعي، وتعلّم الطّلاب انتقاد التّمثيل والمناقشات الإعلامية، وتركّز في الوقت عينه على أهميّة تعلّم استخدام وسائل الإعلام كوسائل للتعبير عن

(1) - هو مركز لتطوير التفكير النقدي والأنتاج الإعلامي وتطوير المهارات الإعلامية وتنمية الثقافة الإعلامية، وينظم مؤتمرات حول التربية الإعلامية.

الذات، والقيام بالنشاطات الاجتماعية (Kellner & Share, 2005, p. 372).

المسؤوليّة الاجتماعية: تشمل أداء مجموعة من الوظائف الإعلامية (إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين، والحفاظ على أداء الرسالة الإعلامية باكتساب ثقة الناس، ومسؤولية الصّحفي إزاء نفسه باعتماد الأمانة) شرط مراعاة الالتزام بقيم مهنية، منها الدقة، الموضوعية والصّدق. (حسام الدين، م، 2003، صفحة 18).

إنّ أبرز مكوّنات مفهوم هذه المسؤوليّة هي الحفاظ على التنوع داخل المجتمع للحفاظ على وحدته. إنّها مسؤولية متبادلة بين الأفراد والجماعات ذات التأثير الاجتماعي(19).

المسؤوليّة الأخلاقيّة: أفرز الواقع الإعلامي الجديد عولمة اتّصاليّة باتت تهدّد أخلاقيات العمل الإعلامي نتيجة الخصخصة والإندماج والتشبيك بمحاولة توحيد نمط وعلاقات وأخلاقيات الإنتاج الإعلامي في العالم، وهو ما شجع على إطلاق العنان لمخاطبة النّزعة الاستهلاكية للجمهور بعيدًا عن المسؤوليّة الأخلاقيّة التي تضع الإنسان في صلب اهتمامها، إنّما طرأ عليها بعض التّعديلات نتيجة التكنولوجيا الاتصاليّة الجديدة.

الاتّصال الإعلامي: هو التربية على التحكّم بالمعلومات وفهم وظائف وسائل الإعلام.

الإطار النّظري

أجمعت الدراسات حول أربعة مواضيع مشتركة حول التربية الإعلاميّة وهي (Potter, The State of Media Literacy, 2010, pp. 680-681):

- لوسائل الاتصال الجماهيري القدرة على إحداث تأثيرات سلبية محتملة على الأفراد كما لها تأثيرات إيجابية.
- مساعدة الأشخاص على حماية أنفسهم من التأثيرات السلبية.
- تنمية التّربية الإعلاميّة واكتساب المعرفة لأنّ شكل ومحتوى رسائل وسائل الإعلام في تغيّر مستمر.
- التربية الإعلامية متعددة الأبعاد، معرفيًا واتجاهيًا وعاطفيًا وسلوكيًا؛ لذلك، يتطلب تعزيز التربية الإعلامية نموًا في الأبعاد.

توصّلت هذه الدّراسات إلى أنّ التّربية الإعلاميّة تعمل على تنمية القدرة لدى الطلاب في محو الأمية الإعلامية، تحليل الرّسائل الإعلاميّة، تطوير مهارات التفكير النقدي،

وتنمية الاستخدام الواعي للرسائل الإعلامية.

إذًا، «ماذا نحتاج؟ نحن بحاجة إلى فصول دراسية حول المسائل الإعلامية تُقدّم للطلاب في صفوفهم على المستويات المختلفة. نحن بحاجة إلى المعلومات والمؤسسات والأفكار الإبداعيّة، نحن بحاجة إلى التربية الإعلامية العالمية» (Moeller, Nurturing Freedom of Expression through Teaching Global Media Literacy, 2009, p. 92). لذا، «يجب أن تصبح التربية الإعلامية جزءًا أكثر تكاملًا مع علم التّربية، لمرافقة التلميذ، لا سيما وأنّ حصة وسائل الإعلام تتنامى باستمرار في المجتمع نتيجة التقنيات المتطورة، والتي تعطي بعدًا جديدًا للواقع» (Krucsay, Media Education and School Curriculum, 2008, p. 193).

وأصبحت الحاجة إلى التّربية الإعلاميّة أكثر إلحاحًا من أي وقت مضى، وتستدعي الضرورة تمكين الأطفال من مواجهة التّحديات الّتي تثيرها هذه البيئة الإعلاميّة الجديدة. ونحن بحاجة إلى توسيع أساليب التّعلم وأنماط التّعبير الثقافي الجديدة، التي تضع وسائل الإعلام الحديثة تحت تصرفهم» (Buckingham, Education aux médias:une stratégie pour son développement, 2002, p. 53).

وفي الإطار ذاته، «أشدّد على أنّ آلافًا من المعلّمين قادرون على إعطاء تلاميذهم تعليمًا بسيطًا وفعّالًا حول وسائط الإعلام. وينبغي أن يبادروا إلى ذلك بأسرع وقت ممكن كي لا يسهموا في توسيع الهوة، الّتي أخذت تفصل بين أولويات معظم مؤسسات التّعليم من جهة، والاختيارات الوجودية، والأوضاع، والمشاكل التي تواجه التلاميذ والراشدين في العالم الواقعي من جهة أخرى. وإذا عرفنا كمربين معنيين بهذا القطاع أن نقف باستمرار على تطوّر وسائط الاتّصال، وأن نسعى مع طلابنا إلى استقراء مغزاه، كان لنا دور فاعل ومشرق في تعليم الغد» (Masterman, L'éducation aux médias : problèmes théoriques et possibilités concrètes, 1983) لأن التلميذ بات يعيش في بيئة اتصالية تسودها ثقافة كونية إعلامية افتراضية.

وتبقى المدرسة إحدى أهم الأماكن لتدريب الأولاد على النّقد والتّفاعلية تجاه وسائل الاتّصال بهدف ألا يقع تلميذ اليوم، إنسان الغد، فريسة سهلة أمام ما تسوقه الشاشات الصغيرة، والكبيرة، والإذاعات، والمنشورات... والغاية من ذلك، إعداد جيل واعٍ مثقف يمارس الحرية بكلّ أبعادها. هذا يتيح للتلاميذ أن يفهموا جيدًا ويسيطروا تمامًا على

محيطهم الذي يتفاعل بقوة مع الإعلام، لأنّ التربية الإعلامية تجعل التلميذ يمارس الحرية بشكل أفضل في عالم تسيطر عليه وسائل الإعلام (الجميّل، ب، 1998). ويؤدي عدم وجود هذه التربية إلى زيادة انتشار التضليل، وتزييف الوعي، وإخفاء الحقائق التي تساعد الأفراد على اتّخاذ القرار بشأن ما يمسّ مصالحهم (ضيف، ل، 2017).

إذًا، باتت التّربية الإعلاميّة حاجة وضرورة لـ «تزويد الطلاب بالمهارات التي تمكنهم من تفحص تلك الرسائل، وإكسابهم طرق تحليل المحتوى أو المضمون المعلوماتي، بما يساعدهم على اتّخاذ قرارات مستنيرة وواعية حيالها، تنمية مهارات التفكير الناقد لدى الطلاب وإيجاد وعي إعلامي، بحيث يستطيع الطالب أن يكون متلقيًا إيجابيًا للرسائل الإعلاميّة يحلّلها ويقومها، بل ويشارك في صياغتها بشكل تفاعلي» (الخيّون، ح، 2018). كما أنّ الطلاب في كلّ من الدّول المتقدمة منها والمتخلفة يحتاجون إلى أن يفهموا أنّه لا توجد أية قضيّة سياسيّة أو غيرها لا تتأثر بالمشاكل والحلول التي تطرحها تغطية وسائل الإعلام.» (Moeller, Nurturing Freedom of Expression through Teaching Global Media Literacy, 2009, p. 83).

هكذا، يلبّي تعليم التربية الإعلامية ثلاث حاجات اجتماعيّة، هي: أولًا، خلق مساحة للتكنولوجيات في المدرسة لتعليم القراءة والكتابة باستخدام الوسائط المتعددة، وتهيئة الشباب للتعاطي مع مجتمع المعرفة والذين يقدمون هذه المعرفة. ثانيًا، التّعامل مع البعد الثقافي والفلسفي للتكنولوجيات، ومعرفة إعادة التفكير في هذا السّياق الجديد لأنّ المشكلة تتعلّق بالآخرين وما يتصفحون من المعارف. هذا، يتطلب إيجاد معايير لتقييم مصادر المعلومات والتحقق منها، وكيفية التمييز بين المعلومات الجيدة وتلك الرديئة على الأنترنت. ويمكن أن تشكل حالة معرفية لدى المعلمين. ثالثًا، يمرّ التّعليم من نظام مدرسي تكون فيه وسائل الإعلام «نافذة» إلى نظام مدرسي جديد تتشكل فيه البيئة الحقيقية للتعليم بتوفير الوسائط المتعددة، وإقامة رابط بين المدرسة الواقعية والأخرى الافتراضية» (Rivoltella, Introducing Multimedia in the Classroom, 2008, p. 205).

وبيّنت هذه الدّراسات ضرورة العمل على دمج التّربية الإعلاميّة ضمن المناهج الدّراسية (ضيف، ل، 2017) (الشميري، ف، 2010) (Masterman, L'éducation aux médias : problèmes théoriques et possibilités concrètes, 1983) إذ «بدأ أصحاب القرار على مستويات النظم التعليمية المختلفة يدركون الحاجة إلى أن تتخذ

المدرسة المبادرة والمسؤوليّة في تحويل موقف الاستهلاك السلبي إلى معرفة واعية ونقدية لوسائط الاتّصال وآلياتها ورسائلها. فالمدرسة وحدها قادرة على الصعيدين النّظري والعملي على الاضطلاع بهذا الدور تصميمًا وتنفيذًا» (Morsy, Jalons, 1983, p. 156). وأنّ «التعليم الذي نعطيه لطلابنا ينبغي أن يسمح لهم بأن يفهموا كيف تعمل وسائط الاتصال؟ كيف تنتج رسائل ذات مغزى؟ كيف تبني الواقع؟ كيف يُفهم هذا الواقع من قبل المتلقي؟ وكيف ينمي الفكر النقدي الذي ينبغي أن يكون في صميم اهتماماتنا» (Masterman, L éducation aux médias :problèmes théoriques et possibilités concrètes, 1983, pp. 204-205)

التقت غالبية الدراسات وإن اختلفت طرق المعالجة لناحية الوصف، والتحليل، والنقد حول ضرورة أن يكون للتربية الإعلامية مادة مستقلة في المنهاج التربوي، ووضع الإطار التّطبيقي لها من خلال أنشطة إعلامية داخل المدرسة وخارجها. وحدّدت أن المدرسة هي المكان الصحيح لانطلاق التربية الإعلامية، وذلك بتعليم التلميذ الأسس والمقومات، الّتي تكّون لديه الوعي ومهارات النقد إزاء أي محتوى إعلامي والتّصرف بمسؤولية في اختيار المضمون، والقدرة على اتّخاذ القرار المناسب بشأن المواضيع المطروحة ضمن التزام أخلاقي ذاتي.

التربية الإعلامية مسؤولية تربوية

بدأت التربية الإعلاميّة كمشروع دفاعي بهدف حماية الأطفال من الأخطار الّتي تنطوي عليها وسائل الإعلام، وأنصبّ التّركيز على كشف الرّسائل، والقيم الزائفة، لتتطور باتباع منهج تحصيني يهدف إلى تحضير الأطفال لاستيعاب الثقافة الإعلاميّة التي تحيط بهم والإسهام فيها. ويكون التّركيز على الفهم، والتحليل، والتّمحيص، وعلى ما ينجزه التلامذة أنفسهم من إنتاج إعلامي (Buckingham, Education aux Médias: Une Stratégie Mondiale de Développement, 2002, p. 9). وعندما أصبحت وسائل الاتصال جزءًا من الحياة اليومية للفرد تطورت بتعديل المفهوم السائد، إذ «لا يُنظر إلى التّربية الإعلامية باعتبارها نوعًا من الحماية، بل نوعًا من «الأعداد»، إذ لا تهدف إلى حماية الشّبان من تأثير وسائل الإعلام بل تأخذ بيدهم للاستفادة من الشيء الأفضل، وتمكّنهم من اتّخاذ قرارات مدروسة بأنفسهم وتعمل على إثارة الاهتمام بالثقافة والأخلاقيات والسياسة» (frau-meigs, L'éducation aux médias un kit à l´intention des enseignants, des élèves, des parents

.et des professionnels, 2006, p. 27)

ويمكن تسطير مراحل تطور التربية الإعلامية بالآتي: أولاً، مرحلة الحماية من مضامين وسائل الإعلام. ثانيًا، مرحلة التعامل مع وسائل الإعلام، التركيز على كيفية عملها، وإنتاج مضمونها، وكيفية التعبير عن الواقع. ثالثًا، مرحلة التمكين (في التسعينات وبداية القرن العشرين) وأصبح الهدف التعليمي تمكين الفرد ليكون ناقدًا، وتكوين الوعي حول طبيعة الرسائل الإعلامية، وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع المعاش، فإلى مرحلة المشاركة (منذ مطلع القرن الحادي والعشرين) بحيث أصبحت الثقافة الإعلامية مهمة للأفراد ليكونوا ناقدين ومتواصلين ومنتجين للمضامين الإعلامية (الطويسي، ب، 2018) (الخيّون، ح، 2018).

تواصلت المعرفة البحثية للتربية الإعلاميّة منذ انطلاقتها، فباتت جزءًا من التربية التي تتولى إعداد التلميذ باكتساب المعارف والمهارات الإعلامية للقيام بالمسؤولية الشخصية والمجتمعية. وشكّلت إطارًا علميًا بانطلاقتها في المؤسسات التعليمية (Jacquinot, de la necessité de renover l´éducation (Federov, 2008) (Bevort & Desbans, éducation aux médias une aux médias, 1995) confrontation des recherches et des experiences, 2002)

مهارات التّربية الإعلاميّة

ترتبط التربية الإعلامية بمجموعة من المهارات والقدرات (Tornero, 2008, .p. 107) (Kotilainen, 2010) (Varis, 2010) (Bevort, Frau-Meigs, Jacquinot-Delaunay, & Souyri, 2008, p. 40) وهي:

المهارة الأولى: مهارة الوصول إلى وسائل الإعلام ومحتوياتها ومصادر المعلومات. وبالتالي، فهم كيفية استخدام الوظائف الخاصة بكل وسيلة إعلامية.

المهارة الثانية: مهارة التحليل والتقييم للمحتوى الإعلامي والمعلوماتي، ضمن السياق العام لحقوق الإنسان والحريات العامة. وهي ترتبط بمهارة التفكير النقدي للرسائل الإعلامية.

المهارة الثالثة: مهارة المشاركة، أي المساهمة والقدرة على الإبداع في إنتاج المحتوى الإعلامي.

وأُضيف إلى تلك المهارات «الوعي، والتفكير النقدي، والقدرة على حل المشكلات». إذ تعزز هذه المهارات جوانب التنمية الشخصية» (Varis, 2010, p. 78) وكذلك،» المهارات الرقمية، ومهارات الترميز والبرمجة لتعزيز إمكانيات جديدة للقراءة والكتابة عبر أدوات ومنصات وسائط الاتصال المتعددة» (Frau-Meigs, Loicq, & Boutin, Politiques d'éducation aux médias et à l'information en France (2013), 2014, p. 34).

يمكن للتلميذ أن يتقن المهارات الإعلامية، فيصبح قادرًا على القيام بما يتطلبه تقييم أي محتوى إعلامي، وهي كما عرضها (Verniers, 2016, pp. 20-24) و (Tornero, 2008) و (Becchetti-Bizot & Brunet, L'éducation aux médias Enjeux, état des lieux, perspectives, 2007) و (Livingstone, 2004, p. 3) (القرني، ف، 2019، صفحة 126) في أبحاثهم حول التربية الإعلامية. وكذلك (Varis, 2010) و(Jenkins, 2007) اللذان اعتبرا أنّ مهارات تقييم التكنولوجيا الرّقميّة هي المعرفة الدّقيقة للقراءة والكتابة الإعلامية. ومن النّقاط التي تثير الجدل حول التربية الإعلامية: تكوين الرأي، حرية التّعبير، الديمقراطية، الحرية، حقوق الإنسان، العدالة، الإرهاب، الموضوعية، التغيير، الحوار، النقاش، المسؤولية، النّمط الحياتي، كلها تطرح إشكاليات جديدة.

التربية الإعلامية مسار تعليمي جديد

أخذت التربية الإعلامية مسارًا تعليميًا جديدًا. وباتت مدرجة في المناهج التّعليمية كمادة مستقلة في كثير من الدول المتطورة. وتشهد تقدمًا ملحوظًا في بعض الدول العربية، بإدخالها إلى المناهج ضمن مادة التربية الوطنية؛ إنّما تواجه صعوبات جمّة، إن على الصعيد البشري لعدم وجود آلية لتدريب المعلمين الذين يدرّسون هذه المادة المتنوعة بمحاورها، أو التقني، لعدم قدرة المدارس على توفير التكنولوجيات المتطورة للقيام بالأعمال التطبيقية التي تتطلبها الأنشطة الإعلامية.

وفي لبنان، أُدخلت محاور حول الإعلام في كتب التربية الوطنية والتنشئة المدنية ضمن خطة النهوض التربوي الصادرة في العام 1997. وينحصر اهتمام المدارس بتدريس هذه المحاور مع تطبيق بعض الأنشطة الصفية.

مقاربة البحث

تُسهم المقاربة البنائية (constructivisme) في إيجاد إطار لتفسير كيفية إسهام التربية الإعلامية بتكوين المسوؤلية الاجتماعية والثقافية وتعديل مفهوم الاتصال لدى المتعلّم.

ومع ظهور «البراديغم» «خرجت المعرفة من الحتمية واليقينية، وكادت النظرة القائمة على «التراكم المعرفي» أن تختفي لتحلّ مكانها النظرة إلى «الأنموذج المعرفي» الذي يشكّل نظرة جديدة إلى الأشياء نفسها. وأن العلم لا يتطور بطريق التراكم، ولكن بطريق الثورات العلمية التي تولّد البراديغمات الجديدة» (سعد، ح، 2017، صفحة 47). يعني «أنه إعادة بناء قطاع بكامله على أسس جديدة، وبمثابة ثورة علمية. وبعد الثورة يعمل العلماء في عالم مختلف. إذ صارعوا وكافحوا ليبلغوا الأهداف الخاصة التي قد تجسدت في البرايغمات الحالية الواحد بعد الآخر. وليست المشاكل وحدها هي التي تغيّرت، وإنما الشبكة الكاملة للنظريات والوقائع» (كوهن، ت، 1986، الصفحات 234-226-149).

ولا يشاهد العلماء الشيء نفسه، وإن كان موضوع الملاحظ هو ذاته بل «نجدهم يفرغون تأويلاتهم الداخلية والخاصة على الأشياء. ويتفق هانسون Hanson مع كوهن Kuhn في أنه نستطيع التوصّل لمعطيات علمية يتمّ عليها بناء تركيب نظريات علمية جديدة» (علي، م، 1985، الصفحات 63-62). وعليه، فالمقاربة البنائية هي أكثر المقاربات التي تُساعد في تفسير الإشكالية المطروحة، كونها ترتكز على العمليات المعرفية للمتعلم وتهيئ بيئة التعلم لتجعل التلميذ يبني معرفته. ومن أبرز منظري هذه النظرية جون

ديوي[1] وكذلك جان بياجيه[2] الذي ركز على مفهوم الاستيعاب والتلاؤم[3].وتهيئ بيئة التعلم لتجعل التلميذ يبني معرفته. ومن أبرز منظري هذه النظرية جون ديوي[4] وكذلك جان بياجيه[5] الذي ركز على مفهوم الاستيعاب والتلاؤم[6].

وترتكز فلسفة بياجيه على أن الفرد يسعى إلى أن يستوعب البيئة التي يعيش فيها، ويتكيّف

(1) - جون ديوي، هو مرب وفيلسوف وعالم نفس أميركي. يعتبر من أوائل مؤسسي الفلسفة البراغماتية. قائد الحركة التقدمية في التعليم في الولايات المتحدة. اشتهر برؤيته حول أهمية الديمقراطية، سواء في السياسة أو التعليم أو الإعلام. أهم كتبه في مجال التربية هو كتاب «الديمقراطية والتعليم» الصادر في العام 1916.

ارتبط اسمه بفلسفة التربية وهو من أشهر أعلامها؛ لأنه وضح الهدف من التعليم وربط النظريات بالحياة العملية من غير الرضوخ للعادات والتقاليد. هو من أوائل الذين أسسوا المدارس التجريبية في أميركا بالاشتراك مع زوجته في جامعة شيكاغو 1896- 1904. تكمن أهمية كتب جون ديوي في مجال العلوم التربوية في العديد من الموضوعات المهمة في تنشئة مجتمع واعٍ ومتغير وأن الكون في تغيير دائم، لذلك يجب عدم التقيد بالعادات والتقاليد للوصول إلى تقدم يستفيد منه المجتمع، ولم يهتم جون ديوي فقط بالقضايا المتعلقة بالغرض من التعليم أو الوظيفة الاجتماعية، لكن أيضًا بأساليب التدريس، أهمية المحتوى الثقافي، القيم التعليمية، والجوانب الاجتماعية، وغيرها من الأمور الكثيرة.

(2) - جأن بياجيه، هو عالم نفس وفيلسوف سويسري، ولد في 9 آب 1896 في سويسرا. أسس المركز الدولي لدراسات الابتستمولوجية(المعرفة) الوراثية في جامعة جنيف. طوّر نظرية التطور المعرفي عند الأطفال فيما يعرف بعلم المعرفة الوراثية. أنشا بياجيه في العام 1965مركزاً لنظرية المعرفة الوراثية في جنيف وترأسه حتى وفاته عام 1980. يعتبر بياجيه رائد المدرسة البنائية في علم النفس. ومن كتبه التي نالت شهرة عالية كتاب علم الأحياء والمعرفة "Biologie et connaissance" الذي نشر العام 1967 وكتاب "The developpement of thought : Equilibration of cognitive structures"أي «تطور التفكير والتوازن للبنى المعرفية».وأكد في هذا الكتاب على مبادئ التوازن لكي يستطيع الإنسان أن يكون أكثر دقة لفهم العالم من حوله، وهذه هي مبادئ التعلم من وجهة نظر بياجيه، أي أنتقال الإنسان من مرحلة تطور معرفي إلى مرحلة أخرى.

(3) - هو مفهوم أخده بياجي من البيولوجيا. فالاستيعاب هو أن تتم عملية دمج المعارف والمهارات ضمن النسيج المعرفي حتى تصبح عادة مألوفة. والتلاؤم هو عملية التغير والتبني الهادفة للحصول على التطابق بين المواقف الذاتية مع مواقف الوسط والبيئة.

(4) - جون ديوي، هو مرب وفيلسوف وعالم نفس أميركي. يعتبر من أوائل مؤسسي الفلسفة البراغماتية. قائد الحركة التقدمية في التعليم في الولايات المتحدة. اشتهر برؤيته حول أهمية الديمقراطية، سواء في السياسة أو التعليم أو الإعلام. أهم كتبه في مجال التربية هو كتاب «الديمقراطية والتعليم» الصادر في العام 1916.

ارتبط اسمه بفلسفة التربية وهو من أشهر أعلامها؛ لأنه وضح الهدف من التعليم وربط النظريات بالحياة العملية من غير الرضوخ للعادات والتقاليد. هو من أوائل الذين أسسوا المدارس التجريبية في أميركا بالاشتراك مع زوجته في جامعة شيكاغو 1896- 1904. تكمن أهمية كتب جون ديوي في مجال العلوم التربوية في العديد من الموضوعات المهمة في تنشئة مجتمع واعٍ ومتغير وأن الكون في تغيير دائم، لذلك يجب عدم التقيد بالعادات والتقاليد للوصول إلى تقدم يستفيد منه المجتمع، ولم يهتم جون ديوي فقط بالقضايا المتعلقة بالغرض من التعليم أو الوظيفة الاجتماعية، لكن أيضًا بأساليب التدريس، أهمية المحتوى الثقافي، القيم التعليمية، والجوانب الاجتماعية، وغيرها من الأمور الكثيرة.

(5) - جأن بياجيه، هو عالم نفس وفيلسوف سويسري، ولد في 9 آب 1896 في سويسرا. أسس المركز الدولي لدراسات الابتستمولوجية(المعرفة) الوراثية في جامعة جنيف. طوّر نظرية التطور المعرفي عند الأطفال فيما يعرف بعلم المعرفة الوراثية. أنشا بياجيه في العام 1965مركزاً لنظرية المعرفة الوراثية في جنيف وترأسه حتى وفاته عام 1980. يعتبر بياجيه رائد المدرسة البنائية في علم النفس. ومن كتبه التي نالت شهرة عالية كتاب علم الأحياء والمعرفة "Biologie et connaissance" الذي نشر العام 1967 وكتاب "The developpement of thought : Equilibration of cognitive structures"أي «تطور التفكير والتوازن للبنى المعرفية».وأكد في هذا الكتاب على مبادئ التوازن لكي يستطيع الإنسان أن يكون أكثر دقة لفهم العالم من حوله، وهذه هي مبادئ التعلم من وجهة نظر بياجيه، أي أنتقال الإنسان من مرحلة تطور معرفي إلى مرحلة أخرى.

(6) - هو مفهوم أخده بياجي من البيولوجيا. فالاستيعاب هو أن تتم عملية دمج المعارف والمهارات ضمن النسيج المعرفي حتى تصبح عادة مألوفة. والتلاؤم هو عملية التغير والتبني الهادفة للحصول على التطابق بين المواقف الذاتية مع مواقف الوسط والبيئة.

معها بواسطة عمليتي الاستيعاب (assimilation) والتلاؤم (compatibilité)، وأن «النمو المعرفي عند بياجيه هو تحسن ارتقائي منظم للبنى المعرفية التي تنشأ من تاريخ خبرات الفرد وهدفه تحقيق نوع من التوازن بين عمليتي الاستيعاب والملاءمة وهو اكتساب تدريجي للقدرة على التفكير باستخدام المنطق» (سليم، م، 2003، صفحة 363).

يُستنتج أنّ النّمو العقلي المعرفي هو عملية لها استمراريتها بموازاة النّمو البيولوجي من خلال العمليات المعرفية الّتي يكتسبها الفرد خلال المراحل التعليمية والتي تمكّنه من استقبال المعرفة، تشفيرها، تخزينها وتوظيفها في الإطار المناسب، لتشكّل جزءًا من رصيده المعرفي الذي ينمو ويتطور ويبني معارف جديدة.

ويكفي اختصار انطلاق التربية الإعلامية في العالم بالآتي:

- فرنسا، وبريطانيا، وكندا، كانت سباقة في مجال التربية الإعلامية. إذ تمّ دمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية في كندا على المستويين الابتدائي والثانوي في المقاطعات والأقاليم المختلفة. وتعمّقت التربية الإعلامية في فرنسا بإدخالها إلى المدارس من خلال مركز Clemi.
- فنلندا هي الدولة الأولى التي أدخلت التربية الإعلامية إلى المناهج التعليمية.
- في المكسيك، جرت تعديلات تشريعية عام 2014 التي بموجبها أصبحت لدى المكسيك إستراتيجية للتربية الإعلامية.
- في إسبانيا «أصدرت الحكومة الإسبانية عام 1990 تشريعًا أدخل المناهج الخاصة بالاتصال الجماهيري ضمن البرامج التعليمية، ودعم ذلك تشريع ثان صدر عام 2006.
- في نيجيريا، تمّ تأسيس نادٍ في المدارس لمحو الأمية الإعلامية بدأ نشاطاته في مدينة أبوجا، بهدف النهوض بالتربية الإعلامية خصوصًا في ظل التحديات التي تواجهها نيجيريا، وفي مقدمتها الإرهاب.
- على الصعيد الأوروبي، «تمّ إنشاء مركز وطني للإعلام والمعلومات لمحو الأمية الإعلامية The National Centre for Media and Information Literacy Education (NCMILE) ضمّ بلدان الشمال الأوروبي وهي الدانمارك، فنلندا،

السويد، استونيا، النروج وايسلندا لزيادة التعاون بين الباحثين في هذا المجال (Lundgren, 2010, pp. 184-185)

وصُنفت منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بالنّسبة إلى التربية الإعلامية بحسب (Grizzle, Preliminary Comparative Analysis of Media and Information Literacy in the MENA Region, 2016, p. 33) :

- أنّها غير معروفة على نطاق واسع وغير متطورة في كل من البحرين، ليبيا،العراق، الكويت، الصومال، السودان، سوريا، جزر القمر، اليمن، موريتانيا، فلسطين وسلطنة عمان.

- أنّها حديثة العهد وجديدة كمفهوم في كل من جيبوتي، الجزائر والإمارات العربية المتحدة.

- أنّها مدمجة نوعًا ما ضمن البرامج والمؤسسات المتخصصة في كل من قطر،الأردن، لبنان، المغرب، المملكة العربية السعودية، تونس ومصر.

في لبنان، جاء الاهتمام بالتربية الإعلامية، ضمن خطة النهوض التربوي في العام 1997 في التعميم الرقم 36\ 97 [(1)] الذي يتعلق حصرًا بمادة التربية الوطنية والتنشئة المدنية.

وبحسب التعميم الرقم 36، فالإنسان هو غاية كل تنشئة وطنية كانت أم مدنية باعتباره قيمة بحد ذاته وكائنًا اجتماعيًا في جوهره، ولا تتحقق شخصيته إلا ضمن إطار الجماعة وانطلاقًا من وثيقة الوفاق الوطني بوضع كتاب موحّد على المستوى الوطني للتربية الوطنية والتنشئة المدنية ذي أبعاد معرفية، ومدنية، واجتماعية، ووطنية، وقومية، وإنسانية.

وتشير منطلقات كتاب التربية الوطنية والتنشئة المدنية إلى «الاهتمام بتربية الولد على المشاركة الكاملة في مجتمع حديث دائم التطور والتّغيّر، وإكسابه القيم، والمهارات، والمعارف، واكتساب مهارة التواصل مع أفراد المجتمع».

ودعت الأهداف العامّة لمنهج مادة التربية الوطنية والتنشئة المدنيّة إلى روح المسالمة، الانفتاح الثقافي والإنساني، نبذ العنف، المساواة، العدالة الاجتماعيّة،

(1) - الجريدة الرسمية، تعميم 36/م/98/، تموز 1998 عن وزارة التربية الوطنية والشباب والرياضة في لبنان.

الحريّة، قبول الآخر على الرّغم من الاختلاف في الجنس، واللّون، والدّين، واللّغة، والثّقافة... اكتساب مهارات النّقد والنّقاش، الإصغاء والحوار، وإرساء ثقافة احترام القانون والاحتكام إليه عند تعذّر حلّ النّزاعات والخلافات بالحوار، «بهدف التوعية على الحياة بمختلف عناوينها وجديدها في عالم طغت عليه الحداثة، وتحديدًا في حقل الإعلام» (بدر،م، 2017).

وتنسجم أهداف المادة مع ما جاء في مقدمة أهداف المناهج بـ «تحقيق **بناء شخصيّة الفرد**، على المستوى الوطني، حيث تراعى في تكوين الشخصيّة الفرديّة، القدرة على تحقيق الذّات، وتحمّل المسؤوليّة، والالتزام الأخلاقي، والتعامل مع الآخرين في روح المواطنيّة المسؤولة والمشاركة**. كذلك، تكوين المواطن**، على المستوى الفكري والإنساني والاجتماعي، توخيًا لبناء مجتمع لبناني موحّد، متماسك، منتج وقادر على ممارسة دوره الحضاري في المجتمع العربي، وتنمية رصيده الثقافي، والعلمي، وذوقه الفني، وصقل طاقاته الإبداعيّة، وتعزيز حسّه الجمالي».

إذًا، فالتربية الإعلاميّة انبثقت عن التربية لسدّ الحاجة وبلورة المتطلبات. تعكس حاجة ومتطلبات التلميذ. إذ يضطلع دورها في تكوينه وإعداده تربويًا، فكريًا، ثقافيًا ونقديًا... لذلك، فالحاجة إليها ترتبط بأي تلميذ تصنعه لأي مجتمع ومتطلباتها تخضع لمتطلبات العصر الذي يعيش فيه. لهذا، تتعدّل المناهج والكتب الدراسية ويتمّ التقييم باستمرار لحذف أو إضافة مواد جديدة. كما أنّ التّلميذ بات يتعرض لتلقي المعلومات والمعارف من مصادر متنوعة ولم تعُد محصورة بالمُعلم على الرغم من تأخر الاهتمام بالتربية الإعلامية في المؤسسات المدرسية في البلدان النّامية مقارنة بما يحدث في البلدان المتطورة.

محاور الإعلام خطوة أولى للتربية الإعلامية

أُدرجت محاور الإعلام في السنة السادسة من المرحلة الابتدائية - التعليم الأساسي، السنة السابعة من المرحلة المتوسطة - التعليم الأساسي والسنة الثالثة الثانوية من المرحلة الثانوية بجميع فروعها. تضمن التعميم الرقم 36\م\97 تفاصيل محتوى منهج مادة التربية الوطنية والتنشئة المدنية. تبيّن عدم إدراج محاور حول الإعلام خارج هذا النطاق، (وزارة التربية الوطنية والشباب والرياضة والمركز التربوي للبحوث والانماء، 1997).

تشكل محاور الإعلام جزءًا لا يتجزأ من هذه المادة، وكذلك مدخلًا لما قد يكتسبه

التلميذ من ناحيتي المفهوم (المضمون النظري) والتطبيق (اكتساب المهارات التي يحتاجها التلميذ). وتهدف هذه المحاور، كما مادة التربية الوطنية «ليس اكساب المتعلم المضامين المعرفية فحسب، بل تحقيق المواقف السلوكية السوية، المبنية على القناعات الداخلية الوطنية، المدنية، الاجتماعية، والأخلاقية، أي كلّ ما يرفد السلوك اليومي للمتعلم بالصوابية والانتظام»(من مقدّمة كتاب التربية الوطنية، السنة السابعة، ص 7).

كما تهدف إلى «تنمية المواطن الإنسان وفهم معنى الحريات العامة والشخصية ويمارسها. ويدرك معنى الاتّصال والتّواصل في المجتمع البشري والوطن...» (من مقدمة كتاب التربية، السنة السادسة، ص 9).

وتتركّز غاية التربية الوطنية والتنشئة المدنية في عدد من النقاط، لا سيما منها، تربيته على النقد والنقاش وتقبّل الآخر، تعريف المتعلم أهمية وسائل الإعلام والاتصال في نشر المعارف، والقيم، وتوثيق الروابط بين الناس، وتشكيل الرأي العام، وفي الدفاع عن الحريات، مما يجعل من هذه الوسائل سلطة مشاركة في تحسين الحياة العامة، وسبيلاً إلى تعزيز التفاهم والتعاون بين الأمم وإلى توطيد السلام بين الشعوب. و»نحن أساتذة مادة التربية إلينا على أنفسنا إيصال هذه المادة معرفيًا وتطبيقيًا إلى الطلاب بكل أمانة وصدق لتحقيق أهدافها، والتعديل في السلوكيات نحو الخير وحب الوطن المبني على القناعات الدّاخلية الوطنية، والمدنية، والاجتماعية، والأخلاقية» (بلوط، ع، 2001، صفحة 269).

هكذا، شكّلت محاور الإعلام أساسًا لانطلاق التربية الإعلاميّة في لبنان. وتعتبر خطوة تثير إجراء البحوث حولها.

بيّنت هذه المحاور، أنّها تتضمّن من خلال الأنشطة والأهداف، ما يشير إلى تنمية المسؤوليّة الاجتماعيّة والثقافية للمتعلم وجعله قادرًا على تحديد المواقف وتحليلها وتقييمها بوعي وموضوعية. وتُسهم هذه الأنشطة، كما وردت، بتعزيز التواصل والتكامل بين المدرسة والمجتمع.

كما توضّح من خلال ما جاء في مقدمة كتب التربية الوطنية والتنشئة المدنية، أنّ منهج هذه المادة، ومنها، محاور الإعلام، لم يعد لائحة عناوين لدروس منفصلة ومواضيع متباعدة، بل هو بناء متكامل مترابط، يتعلق مضمونها بحياة المتعلم ووجوده وحضوره في شخصه وعلاقاته، في أسرته ومدرسته ومجتمعه ووطنه والعالم.

من إيجابيات هذه المادة، أنّ غايتها هي التغيير على مستوى الفرد والجماعة. يتناول هذا التغيير ذهنية الفرد من حيث هو كائن اجتماعي. كما أنّ منهجية تدرُج المنهج تتيح للتلميذ اكتساب القيم، والمهارات، والمعارف، بحسب نضوجه وإمكانية استيعابه ومستوى وعيه وإدراكه.

ومن سلبياتها، طرح التّساؤلات حول ما إذا كان الوقت المحدد لهذه المادة ضمن المساحة الصفية يكفي لتنفيذ محاور متشبعة، ومنها، محاور الإعلام.

وعُقدت أوّل حلقة دراسيّة حول محو الأميّة الإعلاميّة في لبنان في الجامعة الأميركيّة في بيروت في العام 2009. ثمّ أنشئت أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية بمبادرة من برنامج الدراسات الإعلامية في الجامعة الأميركية في بيروت بهدف تطوير مهارات الأساتذة الجامعيين ومعلّمي المدارس والطلاّب والخرّيجين الجامعيين في المنطقة العربية. تقام الدورة في الأكاديمية لمدة أسبوعين في الصيف، حيث يتمكن الطلاب والأساتذة من التعلم من أكاديميين دوليين وعرب، بالإضافة إلى تبادل المعرفة والتزود بالمهارات اللازمة التي تساعدهم على إدراك أهمية ومسؤولية التربية الإعلامية والرقمية في نهضة الإعلام العربي والتعليم الجامعي في المنطقة.

(https://mdlab.lau.edu.lb/2016/09/19/?lang=ar، 2016)

ثمّ، بدأ التداول بمصطلح التربية الإعلامية في لبنان في عام 2011 من خلال أكاديمية التربية الإعلاميّة والرقميّة في بيروت. وهناك بعض الجامعات التي حاولت إدخال مادة التربية الإعلامية إلى برامجها في أقسام الإعلام، إنّما بشكل محدود جدًا نسبيًا، غير أنّ هذه المواد لم تحقّق الأهداف والغايات المرجوّة من التربية الإعلامية. ولا تزال ضمن الأطر النظرية في الاستراتيجية التربوية، ومنها: جامعة سيدة اللويزة، جامعة الحريري والجامعة الأميركية في بيروت.

أمّا على صعيد المدارس، فأنّها «لم تضطلع بدور ملحوظ في هذا المجال حتى الآن» (Melki, Sowing the seeds of digital and media literacy in Lebanon and the Arab World: The importance of a locally grown and sustainable curriculum, 2014, p. 4). ويمكن تسجيل أن المدرسة الدولية International collège IC ومدرسة يسوع ومريم(Mary and Jesus) وضعتا التربية الإعلامية كهدف استراتيجي لتطبيقه إنّما ليس من خطوات عملية قيد التنفيذ

لناحية وضع البرامج والخطط.

وتنفرد مدرسة الشانفيل بقسم متخصص للتربية الإعلامية منذ العام 1969. توقّف بسبب الحرب لسنوات من العام 1975 إلى 1990 ثم أُعيد العمل به العام 1990 بإشراف الأب جان – كلود روبير. يُدّرس هذا القسم في الصفوف EB6, EB7, EB8 et EB9 تحت عنوان "Savoir et Savoir faire"، (أي من عمر 11 إلى 14 سنة) يتضمّن دروسًا لها علاقة مباشرة بالتربيّة الإعلاميّة.

ويُخصص للتربية الإعلاميّة من صفوف السادس إلى التاسع 25 ساعة خلال العام الدراسي، وتتناول قراءة الصّورة وتحليلها، وما يتعلق بتنفيذ مشاريع صغيرة يقوم بها التلامذة من خلال العمل الجماعي (أفلام قصيرة، مونتاج، سيناريو، إخراج...)، تقديم لمحة تعريفيّة عن الراديو وخصائصه، وكذلك عن الصّحافة المكتوبة والتلفزيون. أما في المرحلة الثانوية فيتمّ التركيز على التحليلات السينمائية والجدلية، على أن يقدّم كلّ تلميذ بحثًا بمفرده.

الخاتمة:

فالتربية، لها الدور الأساس في إعداد التلميذ على كيفية التعاطي مع الرّسائل الإعلامية. لذلك، أُدخلت محاور الإعلام في كتب التربية الوطنية، والتنشئة المدنية. وتُعَد خطوة مهمة بانطلاق تدريس الإعلام ضمن المناهج التّعليميّة اللّبنانية. وأظهر تحليل نماذج مسابقات مادّة التّربية الوطنية في الامتحانات الرسمية أهميّة، هذه المحاور لناحية طرح أسئلة حولها في مختلف الدورات العادية والاستثنائية (دراسة خاصة قامت بها الباحثة).

وتشكل محاور الإعلام في كتب التربية الوطنية والتنشئة المدنية نقطة انطلاق لتعميمها على المراحل التعليمية كلّها بشكل تواصلي وتكاملي إلى أن توضع «التربية الإعلامية» مادة مستقلة في المناهج التعليمية مستقبلًا.

التربية الإعلامية هي إطار معرفي يتضمن التّعليم الإعلامي من خلال نظريّة جان بياجيه وجون ديوي في تعليم الناشئة، وتقوم هذه النّظرية على تطوير استقلاليّة المتعلّم، وتربيته، واكتسابه المعرفة بأن يكون حرًا قادرًا على تولي مسؤولية نفسه في إطار البيئة والمجتمع الذي يعيش فيه.

والمهارات المطلوبة لهذه المعرفة للتعامل بشكل واعٍ وناقد لمحتوى وسائل الإعلام تكمن في ثقافة المعلومات التي تتناول: الدعايات، الأخبار، الترفيه، النّفس الاجتماعيّة، الأخلاق، المواطنة واستقلالية الفرد... من الضروري أن يتقن المتعلّم هذه الثقافة المتنوعة ليستطيع أن يفهم المضمون الإعلامي الذي تنشره وسائل الإعلام. وأن يتمّ استخدامها في المناهج التعليمية لتحقيق الشموليّة. وهي تساعد المتعلّم على التمييز بين ما هو واقع وخيال. وتضمن أخلاقيات حق الوصول إلى المعلومة.

والسبب الجوهري للاهتمام بالتربية الإعلاميّة هو انتشار الإعلام الرقمي وتوفيره بسهولة بين أيدي المتلقين. وما يسوق هذا الإعلام من أخبار كاذبة ومضللة تؤدي إلى خلق صورًا إعلامية نمطية.

ويبقى مفهوم التربية الإعلامية مثيرًا للجدل وهي تربية قديمة بمفهومها، وحديثة بمتطلباتها. إذ تتناول الشؤون السياسية، الاجتماعية، التربوية، التثقيفية، التوعوية والنقدية... لرسم ملامح المتعلّم وصياغة استراتيجية جديدة تكاملية بين التربية والإعلام والمجتمع. كما أنّ مفهوم القوة النّاعمة يتحوّل نحو المعلومة، والذكاء الاصطناعي، وقواعد البيانات، والخوارزميات، وكل ذلك يتطلب إعادة بناء الفهم للمقاربات التربوية والإعلامية على حدّ سواء.

ويتحقق بالتربية الإعلامية القدرة على تخطي التّأثيرات السّلبية المحتملة على المتعلّم واكتساب المعرفة لأنّ شكل الرسائل الإعلامية ومحتواها في تغيّر مستمر بهدف صناعة معرفة إعلامية جديدة.

المراجع :

1. Becchetti-Bizot, C., & Brunet, A. (2007). *L'éducation aux médias Enjeux, état des lieux, perspectives.*

2. Bevort, E., & Desbans, C. (2002). éducation aux médias une confrontation des recherches et des experiences. (G. Jacquinot, Éd.) *les jeunes et les médias perspectives de la recherche dans le monde*, pp. 47-61.

3. Bevort, E., Frau-Meigs, D., Jacquinot-Delaunay, G., & Souyri, C. (2008). From Grünwald to ParisTowards A Scale Change? In U. Carlsson, S. Tayie,
4. G. Jacquinot-Delaunay, & J. Tornero, *Empowerment Through Media Education An Intercultural Dialogue* (pp. 37-47). sweeden: Nordicom.UNESCO, Dar Graphit and the Mentor Association.

5. Buckingham, D. (2002). Education aux Médias: Une Stratégie Mondiale de Développement. Dans unesco (Éd.), *Youth Media Education* (pp. 50-72). Seville: Unesco. Récupéré sur http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/youth_media_education.pdf

6. Buckingham, D. (2002). Education aux médias:une stratégie pour son développement. *development of Media Education* (pp. 51-72). Seville: UNESCO.

7. Federov, A. (2008). Media Education Around the World: Brief History. *Acta Didactica Napocensia, 1*(2). Récupéré sur http://ssrn.com/abstract=2624234

8. frau-meigs, d. (2006). *L'éducation aux médias un kit à l´intention des enseignants, des élèves, des parents et des professionnels.* Paris: unesco.

9. Frau-Meigs, D., Loicq, M., & Boutin, P. (2014, Mai). Politiques d'éducation aux médias et à l'information en France (2013). *ANR TRANSLIT et COST "Transforming Audiences/Transforming Societies".*

10. Hobbs, R. (1998, Mars). Seven great debates in Media Literacy Movement. *Journal of communication, 48*(1), pp. 16-32.

http://www.medialit.org/about-cml. (2019). Retrieved from http://www.medialit.org/: http://www.medialit.org/

https://mdlab.lau.edu.lb/2016/09/19/?lang=ar. (19 أيلول, 2016). تم الاسترداد من https://mdlab.lau.edu.lb/about./

11. Jacquinot, G. (1995). de la necessité de renover l´éducation aux médias. *communication Information Médias Théories, 16*(1), pp. 19-35. Récupéré sur www.persee.fr

12. Jenkins, H. (2007). digital media and learning Current trends and approaches to media literacy in Europe. *Confronting the Challenges of Participatory Culture:Media Education for the 21st Century.* Retrieved from http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/studies/index_en.htm

13. Kellner, D., & Share, J. (2005, septembre). Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: studies in the cultural politics of education, 26*(3), pp. 369-386. doi:10.1080/01596300500200169

14. Kotilainen, S. (2010). Global Digital Culture Requires Skills in Media Literacies. In U. Carlson, *Children and Youth in the Digital Media Culture* (pp. 65-73). Sweden: Nordicom.

15. Krucsay, S. (2008). Media Education and School Curriculum. In U. Carlsson, S. Tayie, G. Jacquinot, & J. Perez Tornero, *Empowerment Through Media Education An Intercultural Dialogue* (pp. 193-200). Sweden: Nordicom, UNESCO, Dar Graphit and the Mentor Association.

16. Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, pp. 3-14.

17. Masterman, L. (1983). L éducation aux médias :problèmes théoriques et possibilités concrètes. *perspectives, XIII*, pp. 203-212.

18. Masterman, L. (1983). L'éducation aux médias : problèmes théoriques et possibilités concrètes. *perspectives, XIII*, pp. 203- 212.

19. Melki, J. (2014). *Sowing the seeds of digital and media literacy in Lebanon and the Arab World: The importance of a locally grown and sustainable curriculum*. Retrieved from https://mdlab2014.files.wordpress.com/2014/01/melki-english.pdf.

20. Moeller, S. (2009). Nurturing Freedom of Expression through Teaching Global Media Literacy. In D. F.-M. Torrent, & D. F.-M. Torrent (Ed.), *Mapping Media Education Policies in the World: Visions, Programmes and Challenges* (pp. 83-92). USA: UN-Alliance of Civilizations and Grupo Comunicar.

21. Morsy, Z. (1983). Jalons. *perspectives*.

22. Potter, J. (2010, December). The State of Media Literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, pp. 675-696. doi:10.1080/08838151.2011.521462

23. Rivoltella, P. (2008). Introducing Multimedia in the Classroom.

24. Tornero, J. M. (2008). Media Literacy New Conceptualisation, New Approach. In U. Carlsson, S. Tayie, G. Jacquinot-Delaunay, & J. Tornero, *Empowerment Through Media Education An Intercultural Dialogue* (pp. 99-116). sweeden: Nordicom,UNESCO, Dar Graphit and the Mentor Association.

25. Varis, T. (2010). Understanding Media Literacy. In U. Carlsson, *Children and Youth in the Digital Media Culture* (pp. 75-84). Sweden: Nordicom.

26. Verniers, P. (2016). *Les compétences en éducation aux médias un enjeu educatif majeur.* Bruxelles: CSEM.

1. الجميّل، ب. (1998). أولادنا والإعلام. بيروت: المركز الاستشاري للإعلام والتوثيق المدرسي.

2. الخيّون، ح. (2018). تأثير تدريس التربية الإعلامية في المدرسة. المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، *1*.

3. الشميمري، ف. (2010). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟ السعودية: مكتبة الملك

فهد الوطنية.

4. الطويسي، ب. (2018). التربية الإعلامية والمعلوماتية. الأردن: معهد الإعلام الأردني.

5. القرني، ف. (حزيران, 2019). واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام في المملكة العربية السعودية: محافظة جدة أنموذجًا. مجلة العلوم التربوية والنفسية- المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، العدد الثالث، الصفحات 149-121. doi:10.26389/AJSRP.F131218

6. بدر،م. (2017). مقابلة شاملة حول خطة النّهوض التّربوي الصادرة في العام 1997. (طوق، منى، المحاور)

7. بلوط، ع. (2001). مناهج مادّة التربية الوطنية والتنشئة المدنية. المؤتمر التربوي الثاني المناهج التعليمية في لبنان. بيروت: رابطة أساتذة التعليم الثانوي الرسمي في لبنان.

8. تعميم رقم 33. (1997). مناهج التعليم العام وأهدافها تفاصيل محتوى منهج مادة التربية الوطنية والتنشئة المدنية. بيروت: المركز التربوي للبحوث والإنماء.

9. حسام الدين، م. (2003). المسؤولية الاجتماعية للصحافة (الإصدار الطبعة الأولى). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

10. سعد، ح. (2017). براديغمات البحوث العلمية الإبستمولوجيا-الإشكاليات-الأطروحات (الإصدار الاولى). بيروت: دار المنهل اللبناني.

11. سليم، م. (2003). علم نفس التعلم (الإصدار الأوّل). بيروت - لبنان: دار النهضة العربية.

12. ضيف، ل. (2017). التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجًا. مجلة المعيار، 42، الصفحات 443- 464.

13. علي، م. (1985). نظرية المعرفة العلمية. بيروت: دار النهضة العربية.

14. كوهن، ت. (1986). بنية الثورات العلمية. (نعمة، علي، المترجمون) بيروت: دار الحداثة.

15. وزارة التربية الوطنية والشباب والرياضة والمركز التربوي للبحوث والإنماء. (1997). مناهج التعليم العام وأهدافها: تفاصيل محتوى منهج مادة التربية الوطنية والتنشئة المدنية. بيروت: مطبعة صادر.

المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقيّة لوسائل الإعلام والاتصال في ضوء الواقع الرّاهن

استخدام مواقع التّواصل الاجتماعي بمسؤوليّة

د. فادية حسين

الجامعة اللّبنانيّة

Abstract:

Information is now available thanks to social media, and nothing can be hidden or covered up away from people's knowledge and interaction. In return social media has its negative aspects, and may be offensive and harmful, becoming a source of spreading lies, misrepresentations, hatred and rumors to attack others .Besides, educational institutions have a responsibility to guide students towards the effective use of social media. This paper is trying to give answers about:

- How does social responsibility apply to social media communication practices?
- What are the consequences of misuse of social media sites?
- What is the role of educational institutions in qualifying and guiding university students towards the responsible use of social media sites?

To answer the main question: How to use social media sites responsibly?

The study relied on the descriptive analytical approach, to find the role expected of educational institutions in applying the use of social media responsibly by searching their websites and its terms of affiliation.

Accordingly, the study found that the imposition of the use of social media

responsibly on university students is a requirement to guide them to test the best for their careers. that students have a duty to engage in a social media environment to protect the communities to which they belong in order to achieve their growth and development.

The social media environment also needs to be continuously monitored and evaluated, and it takes a lot of time and effort to work towards achieving the goals effectively.

Keywords: Social media use, Responsibility, Educational institutions, students.

مقدمة:

تحوّل استخدام الوسائط الحديثة ومعها وسائل التواصل الاجتماعي إلى قوة شعبية، تمثّلت في القدرة على نشر المعلومات ومشاركتها. فلم يعد يقتصر دور وسائل التواصل الاجتماعي على التواصل بين الأفراد وحسب، بل تحوّلت إلى أهم أدوات التأثير، وسهّلت المشاركة والتفاعل حول قضايا المجتمع، من خلال تطبيق مبدأ الحق في الاتصال والحق في المعرفة، ومبدأ حرية التعبير والنشر.

وتستوجب هذه القوة الهائلة للمعرفة والتواصل مسؤولية فردية واجتماعية، تُحدّد معايير الحوار والمناقشات، وطبيعة المعلومات المتبادلة التي تتمّ مشاركتها عبر وسائل الإعلام والاتصال الحديثة ومنصّات التواصل الاجتماعي، فكلّما كانت الرّسالة واضحة كانت هناك مشاركة فعالة للفرد والجماعة، تؤدي بالمجتمع إلى الازدهار والتّطور(عبد المجيد، 2013).

تحفظ المواثيق الأخلاقية حقوق وواجبات العاملين في المجال الإعلامي، وتفرض عليهم الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، وعدم انتهاك أخلاقيات المهنة على شكل واجبات مهنية وضوابط أخلاقية (الجمال،2004)، وهو ما يصعُب تطبيقه في مواقع التواصل الاجتماعي، لأسباب ترتبط بطبيعة الناشرين غير المتخصّصين، وظهورهم بأسماء مجهولة تُخفي هويتهم الحقيقية. وتُسيء العديد من الممارسات إلى حرية التعبير، وتهدّد بنشر الأخبار المُلّفقة، وما يتبع ذلك من تشهير وتضليل من حيث المعلومات والصور، ما يجعل من تطبيق المسؤوليّة الاجتماعية مهمّة صعبة تفتح النّقاش على مصراعيه فيما

يخص العلاقة بين الحرية والأخلاقيات.

إنّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمسؤولية يؤهل الفرد ليكون مصدرًا لتقديم المعلومات المفيدة للآخرين، وليس لتقديم المعلومات التي تُعتبر مضيعة للوقت (Dvorak, 2020)، والتي تشكل في غالبيّة الأحيان خطرًا حقيقيًا اذا ما اشتملت على رسائل كراهية وتحريض وتنمّر (Di Toro,2020).

وتؤدّي المؤسسات التربوية دورًا فعالاً في توعية المتلقي بمسؤولية التعامل مع المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي، وكيفية الاطلاع على الأخبار والتعاطي مع المعلومات، التي يتم نشرها أو إعادة نشرها من خلال وسائل الإعلام الحديثة بخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، بما يساهم في حماية المجتمع، وتحقيق وحدته ونموه وتطوّره.

تُلقي هذه الورقة البحثية الضّوء على كيفية تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الاتصالية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في حماية المجتمع وتنميته وتطويره، من خلال عرض نتائج سوء الاستخدام. كما تُشير إلى دور المؤسسات التربوية في توعية الطلاب حول كيفية التعامل مع المحتوى الإعلامي من خلال تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية والأخلاقيات، في محاولة للإجابة عن التساؤلات الآتية:

- كيف نُطبّق المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الاتصالية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هي نتائج سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما هو دور المؤسسات التربوية في تأهيل وتوجيه الطلاب الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمسؤولية؟

من خلال الفرضيات التالية:

- إنّ الالتزام بالقيم والمعايير المجتمعية يسهم بشكل كبير في تطبيق المسؤولية الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعية.

- إنّ عدم الالتزام بسياسات الاستخدام الخاصة بالمواقع الإلكترونية قد يحدّ من حسن تطبيق الممارسات الاتصاليّة الخاصة بها.

- يتمحور دور المؤسسات التربوية في مواكبة النمو المعرفي للطلاب بمواقع التواصل الاجتماعي.

تعتمد الدراسة على منهج وصفي تحليلي، تناولت من خلاله المواقع الإلكترونية لعدد من الجامعات اللبنانية للبحث ضمن شروط الانتساب عما يتعلّق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومقارنته بمضمون الكتيب الخاص بالطلاب، الذي أعدّته جامعة Sheffield Hallam University في المملكة المتحدة، حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمسؤولية.

تتجلّى أهمية الدراسة في إلقاء الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تسهم في تطوير المجتمع ونموّه. وتهدف إلى الربط بين الدور التوجيهي للمؤسسات التعليمية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمسؤولية من قبل الطلاب الجامعيين لبناء مستقبلهم المهني.

1- الممارسات الاتصاليّة الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي

تُعتبر شبكات التّواصل الاجتماعي من أهمّ تطبيقات الويب 2.0، التي تهتم بتوظيف البرامج الاجتماعية في العملية التعليمية، لما تُقدّمه من تدعيم في التّواصل الاجتماعي والتّفاعُل، التّعارف، الصّداقة، المُراسلة، والمُحادثة بين الأفراد، أضف إلى ذلك إمكانية تعليق المُستخدم على المادّة المكتوبة والمرئية، وإضافة المُحتوى والتّعديل والتّغيير فيه. فسمحت هذه التّقنية، بتكوين الجماعات، وتخطّي الحواجز والحُدود، كما ساعدت على اكتساب الخبرات، وتنمية المسؤولية في الذّات(عواج وسامية،2016).

وتُعدّ مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تقنية الاتصالات وأكثرها شعبية، إذ أنّها تمتلك مجموعة من الخصائص التي تميّزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، ممّا جعلها الأكثر انتشارًا على شبكة الأنترنت، ومن أهمّها في الحريّة، والتّعبير، والتفاعلية، ودعم العلاقات الاجتماعية. فتتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم إنشاء موقعٍ خاصٍ به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات نفسها، فتسمح بتشكيل بنية اجتماعية افتراضية متصلة عبر علاقات قادرة على إحداث التأثير باتجاهات الشرائح المختلفة في أي مجتمع، ولكن بدرجات متقاربة ومرتبطة بالظروف والآليّات التي يتم استخدامها (الدليمي،2019).

أ - الحق في الاتصال وحرية التعبير

سهّلت مواقع التواصل الاجتماعي الاتّصال من خلال الشبكة الإلكترونية، فسمحت بنقل البيانات وتبادلها بسرعة وسهولة. وأتاحت الحرية المُطلقة في إبداء الرأي والتفاعل، ممّا

أدّى إلى تطوير العلاقات الاجتماعية والمهنية من خلال تبادل المعلومات، عبر المساحات التفاعلية، وذلك باستخدام مختلف الوسائط الاتصاليّة المطبوعة والمسموعة والمرئية، التي سهّلت الإنتاج والاستهلاك غير المحدود للمحتوى المتبادل (عبد المجيد،2013).

وتحكم المعايير الأخلاقية، والاجتماعية، والثقافية، الحرية المتبادلة، ضمن عملية التواصل بين المرسل والمتلقي، للمحافظة على حدودها المشروعة، في تطبيق مبدأ الحق في الاتصال والمعرفة، ومبدأ حرية التعبير والنشر من دون التعرّض لحرية الآخرين (عبد المجيد،2013).

وانبثقت المجتمعات الافتراضية عن الالتقاء حول القضايا والمصالح المشتركة من دون الالتزام بحدود المكان (اسماعيل،2020)، فازدادت القدرة على التأثير من خلال مشاركة الاهتمامات ضمن هذه المجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي خارج حدود المكان والزّمان وضمن مساحة آمنة، تزيد من فعاليّة النقد عبر طرح الأفكار المتنوعة، ووجهات النظر المختلفة، وتناول القضايا الاجتماعية بشكل تفاعلي يخرج بالنتائج المرجوة، التي تعمل على ابتكار أساليب التنظيم، والتعاون، والتدريب بين أفراد المجتمع الافتراضي، والتي تجد امتدادًا لها على أرض الواقع (عبد المجيد،2013).

ب- القدرة على التّطوير والتّغيير

تُسهّل مواقع التواصل الاجتماعي الاتصال من خلال الوسائط المرئية والمسموعة، فتقدّم بذلك مختلف الخدمات والتسهيلات التي تهدف إلى تطوير نواحي الحياة كلّها (إسماعيل،2020)، كما تُسهم المشاركة الفعالة للفرد والجماعة، **في تكوين العلاقات البناءة على مواقع التواصل الاجتماعي، والالتقاء حول** أهداف مجتمعية، **والتفاعل مع المحتويات المنشورة،** التي تهدف إلى التطور المجتمعي وتقدّمه.

فيؤدي التّعرض لوسائل الإعلام إلى تغييرات على مستوى المعرفة والسلوك، ما يؤدي بالتّالي إلى تغييرات على المستوى الاجتماعي، وفي البناء الثقافي واتجاهاته (عبد الحميد، 2000).

وتتجلّى المسؤوليّة الاجتماعيّة في المجتمع الافتراضي في امتلاكه القدرة على التّغيير، عبر تحويل المشاركة السياسية إلى شأن عامٍ، من خلال إيصال صوت المواطن، متجاوزًا بذلك كون مواقع التواصل الاجتماعي مجرد وسيلة لتبادل المعلومات، وصولًا إلى تفعيل دورها سياسيًا واجتماعيًا واقتصاديًا وعلميًا وثقافيًا.

والتّعبير عن الآراء والاتجاهات بكلّ حرية بعيدًا عن الضغوط الاجتماعية والسياسية يسهم في تشكيل رأيًا عامًا إزاء القضايا المشتركة، إذا ما تمّ الالتزام بالمعايير والقيم الأخلاقية للمسؤوليّة الاجتماعيّة، في المقابل، تشكّل هذه الوسائل أداةً لممارسة الضغوط الاجتماعية والسياسية إذا ما تم انتهاك هذه المعايير.

2 ـ سوء استخدام مواقع التّواصل الاجتماعي

تقوم فكرة شبكات التواصل الاجتماعي على بناء المجتمعات الحيّة وتفعيلها على الأنترنت، حيث يتشارك الناس اهتماماتهم وأنشطتهم من خلال برمجيات تحقّق صفة الاجتماعية، وهي تحقق اتصالات تفاعلية باتجاهين (وداعة الله،2020).

ويتمثّل سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بطبيعة المحتوى الذي يتم نشره، والذي قد يخالف القيم والمعايير المجتمعية، وقد يخالف الضوابط والقوانين التي تنص عليها سياسة الاستخدام لهذه المواقع.

أ ـ القيم والمعايير المجتمعية

القيم والمعايير هي معتقدات تقييمية، تجمع العناصر المعرفية والعاطفية لتوجيه الناس في المجتمع الذي يعيشون فيه، مع اختلاف جانبها المعرفي عن الدوافع التي تنبع من العواطف أو العوامل النفسية، وقد تزداد هذه المعايير أو تنقص مع مرور الوقت. وتتميّز المعايير الأخلاقية بصفتها الشموليّة والأسبقية على الاعتبارات الجماليّة وحتى القانونية منها (السيد عبده، 2020).

فيستند أفراد المجتمع إلى القيم والمعايير التي تُخوّلهم التمييز بين ما هو صحيح وما هو خلاف ذلك، وتشكّل بدورها الأخلاقيات التي تسهّل التواصل القائم على العلاقات التفاعلية، والتي ترتكز على الرغبة في التعاون الإيجابي مع الآخرين والتكامل معهم ضمن ضوابط فكرية وموضوعية.

ومن أسس الالتزام بالقيم والمعايير الأخلاقية، الاعتدال في التعامل مع شبكة الأنترنت ببرامجها ومواقعها الإلكترونية بطريقة تحول دون الانفصال عن الحياة الواقعية، من دون تجاوز الأخلاقيات والمعايير والقيم التي تحكمها، لتلافي الأضرار المادية والمعنوية، بدءًا من القرصنة وإتلاف المعلومات وسرقتها وصولًا إلى الجرائم الإلكترونية التي تتطور مع التطور التكنولوجي في البيئة الافتراضية مهدّدة المصلحة العامة، والأخلاق،

والآداب العامة (اسماعيل،2020).

ب ـ الضّوابط والقوانين

يتمّ تسخير الإعلام لتحقيق الأهداف والغايات المختلفة، فيشكّل بذلك أهمّ أدوات الصّراع بين الحقّ والباطل، الذي ازداد مع استخدام الإعلام الاجتماعي، واستغلال العالم الافتراضي للخلفيات الاجتماعية والنفسية، بهدف تحقيق الغايات المشبوهة (اسماعيل، 2020).

ويخضع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمجموعة من الضّوابط والقوانين المتعارف عليها، التي ترتبط بالقيم والمعايير الأخلاقية، وتمتلك القدرة على التحكّم بدوافع الاستخدام وكيفية إدراك المعاني، للحدّ من الانتهاكات والخروقات، ومن خلال الدعوة إلى الابتعاد عن خطاب الكراهية، والتحريض على النزاعات، والصراعات الطائفية، والإقليمية الضيقة، والتحريض على إنكار وجود الآخر وإنسانيته وتهميشه، ونشر الفتنة، واستخدام أساليب الترهيب، والحض على العنف، والاتهامات بالخيانة، والفساد (اسماعيل، 2020).

3 ـ دور المؤسسات التّربوية في تأهيل الطلاب وتوجيههم نحو استخدام الإعلام الاجتماعي بمسؤولية

تعتبر التكنولوجيا الرّقمية عمومًا والتطبيقات الاجتماعية على الشبكة خصوصًا من المستحدثات الجديدة في المجتمع البشري التي غيّرت من أنماط اتصاله وتواصله، وباعتبار التّعليم أداة لبناء العنصر البشري، وتمكينه من إطلاق طاقاته، وتنمية قدراته لخدمة المجتمع، وأحد عناصره الأساسية في عملية الترقية والتطوير، توجب على المنظومة التعليمية معرفة كيفية الاستفادة، وحُسن الاستغلال لتكنولوجيا المعلومات من أجل رفع المستوى المعرفي، وبالتالي تحقيق التّنمية (عبد الحي،2010).

وفّرت الشبكات الاجتماعية مساحات نرى ونسمع فيها، ما يجعلها الوسيلة الأمثل للتعلّم، انطلاقًا من شخص المُعلّم وضمن أنظمة تعليمية، تواكب التّطورات التكنولوجية وتسهم في تحسين الأداء. ويرى وليام **جلاسر**[1] أنّ الإنسان يتعلّم 10% ممّا يقرأه، و20% ممّا يسمعه، و30% ممّا يراه، و50% ممّا يراه ويسمعه، و70% ممّا يُناقشه مع الآخرين، و80% ممّا يُجرّبه، و95% ممّا يُعلّمه لشخص آخر، فنقوم من خلال الشبكات

(1) ”Choice Theory“ developed by the American psychiatrist William Glasser1925-2013 .

الاجتماعية بدور المُعلّم في الوقت نفسه الذي نتعلّم فيه (عواج وسامية،2016).

توسّعت هذه الشّبكات الاجتماعية لتدخُل ميادين الحياة كلّها بما فيها المجال التّعليمي عمومًا، ومجال التعليم عن بعد خصوصًا. فتعمل هذه الشبكات على إنشاء صفحات تعليمية تفاعلية تساعد في توعية الأفراد، وإكسابهم المعلومات، والمهارات، والخبرات، وتنمية المسؤولية، من خلال الأنشطة المختلفة المتضمّنة داخل تلك الصفحات، التي تسمح لمستخدميها التجمّع في كيانات اجتماعية افتراضية مترابطة تشابه الكيانات الواقعية فيما يسمى بمجموعات العمل (هارون،2017).

ويقع على عاتق الأساتذة مساعدة الطلاب للاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي بدل انتقادها ومحاربتها، من خلال تشجيعهم على نشر المعلومات التي يتلقونها، وعبر إنشاء مدوّنات، وصفحات الفيسبوك للطلاب، ومن خلال تشجيعهم على تتبع الشخصيات أو المؤسسات المرتبطة بتخصّصاتهم. بحيث تسمح الوسائط الإلكترونية المتعددة مع الحواسيب الآلية بتطوير روح التفاعل التعليمي بين الطلاب وأساتذتهم ومع المادة التعليمية، فتساهم البيئة التفاعلية على اكتساب المهارات، والخبرات، والمعرفة، وحل المشكلات، وتمهّد لقيام قدرة ذاتية في العلم والتطوير التقني (عبد الحي، 2010)،

كما يتمّ استغلال الجوّ الاجتماعي لهذه المواقع لجذب الطّالب إلى الفضاء التّعليمي عن بعد، بدل إنغماسه في الجوانب السّلبية فيها، فتعمل غُرف الدّردشة، والمُنتديات، على تنشيط العلاقات التّعليمية بين المُعلّمين والمتعلمين عن بعد.

فيستطيع الطالب البحث عن فرص أكثر للتعلّم بدل الاعتماد على مصدر تعليمي واحد، ممّا يعزّز لديه روح الإبداع والابتكار. **فإنّ** التّعلُّم لم يأتِ من تصميم المُحتوى التّعليمي فقط، بل من كيفية استعمال المحتوى في العملية التّعليمية، فيتم تعزيز المادة العلمية بملفات الفيديو من شبكة الأنترنت، التي تسهم في استيعاب الطالب للمادة العلمية بشكل أفضل (هارون،2017).

أ ـ استخدام الطّلاب الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

يوفّر الإعلام الاجتماعي القدرة للطلاب على التّحكم بمستقبلهم أكثر ممّا يتوقعون، فمن المهم فهم كيفية الاستفادة من مواقع التّواصل الاجتماعي في التعلّم والدّراسة، وكيف تسهم هذه المواقع في بناء أو هدم فرص المستقبل التّعليمي أو المهني.

يتمكّن الطلاب من تلقّي الدروس من مواقع التعلم الإلكتروني، ومن مناقشة المعلومات، وطرح التساؤلات باستخدام قنوات التواصل الاجتماعي المختلفة، التي تساعد الأفراد في التعبير عن آرائهم حول مواضيع مختلفة، فتشجع التفاعل، والمشاركة الفعالة، للوصول بالطالب إلى مرحلة الفهم والاستيعاب (الكسجي، 2012).

ب - إيجابيّات استخدام الإعلام الاجتماعي

تترافق **المسؤوليّة** مع استخدام الأنترنت مواقع التواصل الاجتماعي خصوصًا لتجنّب النّشر السّلبي، وتقع على عاتق الجميع في القطاع التّعليمي تحمل مسؤولية التوجيه والعثور على أساليب إيجابية للاستخدام الإيجابي لهذه المواقع من خلال إقامة جسور رقميّة واتصال مفتوح (Ithier, 2020).

فيتمّ استخدام مواقع التّواصل الاجتماعي في دعم أدوات البحث على الأنترنت، وفي إنشاء الحسابات، وفي تكوين المجتمعات الدراسية الفعّالة. كما تعتمد الإيجابيات النّاتجة من هذه المواقع بالأساس على المشاركين فيها والقائمين عليها؛ وبالتّالي، المواضيع التي تُطرح للنقاش (عبد الغفار، 2015).

ويسمح التعليم الافتراضي بالتفاعل الطبيعي مع المعلومات ما يمكّن المتعلّمين من اكتشاف عوالم جديدة، حيث يقدّم الواقع الافتراضي تجربة تعليمية مثيرة، تعطي الفرصة للطلاب أو الدافع للتعلّم ومن اكتشاف اهتماماتهم (الكسجي، 2012).

ج - سلبيّات استخدام الإعلام الاجتماعي

إنّ تضخّم المعلومات ووجود كمّ كبير وهائل من المحتوى والأخبار غير المهمة وغير الضرورية بالنسبة إلى المستخدمين، يصعب من عملية استخراج المعلومات المفيدة من بين كميات كبيرة من البيانات.

كما ينتج عن قضاء الأوقات الطويلة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، الكثير من المشكلات النفسية، التي تؤثّر سلبًا على المهام اليومية للمستخدم، وعلى حالته المزاجية والنّفسية، بالإضافة إلى ما تسببه من عزلة اجتماعية تصل إلى حد الإنطواء **(شريم،2020)**.

وينتج عن المشاركة الكبيرة للمعلومات التي تحدث عبر هذه الوسائل، مشاركة المعلومات الخاصة التي تصبح بعد نشرها في متناول الجميع على مواقع التواصل

الاجتماعي، كما تسبّب اختراقًا للخصوصية نتيجة مشاركة الموقع الجغرافي للمستخدم وتحديد مكانه. فتصبح الرسالة المنشورة التي تتضمن معلومات غير صحيحة ملكًا لمستخدمي هذه المواقع، فتخرج عن السيطرة ولا تجد من يحدّ من انتشارها وتصويب محتواها (Ithier, 2020)، ما يفرض على المستخدمين اتّباع أو استخدام وسائل الخصوصية المتاحة لأنّ المواد التي تُنشر على هذه المواقع لها صفة الديمومة (وداعة الله، 2020).

ومن سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التّنمر، وآثاره السلبية التي يتركها في ذهن المرء وعقله والتي قد تصل إلى الانتحار. وقد يؤدي الاستخدام الزائد لمواقع التواصل الاجتماعي إلى الحدّ من إنتاجية المرء وقدرته على الإبداع، وعدم استعمال قواعد اللّغة السليمة، لانتشار الاختصارات بشكل شائع وسوء فهم الكلمات (شريم، 2021).

د- نظرية النمو المعرفي

تُعدّ نظريّة النّمو المعرفي لعالم النفس والفيلسوف السويسري «جان بياجيه» [(1)] **Jean Piaget** أحد نظريات التعلم والنمو التي نشأت في العام 1977، واهتمت بتعقّب التطور المعرفي للمتعلمين منذ مراحل الطفولة، ويتبنى بياجيه المفهوم القائل بأنّ التفكير والمستوى العقلي لدى الطفل يتطور باستمرار ولكن بشكل تدريجي.

وتنمو معرفة الفرد وفق نظرية النمو المعرفي وتتطوّر وفق المواقف التي يتعرّض لها والخبرات التي يكتسبها، ما يؤدّي إلى تغيّر في حالة البنية الذهنية المعرفية والوظائف الذهنية، التي يستخدمها الفرد في تفاعله مع متغيرات البيئة وعناصرها.

فيتطوّر نشاط الفرد الذهني ويتّسع وتزداد كفايته ووظيفته في بيئة الشبكة الإلكترونية، وتحديدًا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تشكّل بيئة افتراضية متعدّدة العناصر التفاعلية والوسائط الاتصالية المتنوّعة، لتصبح الأبنية الذهنية للفرد أكثر إسهامًا في فهم العالم المحيط به.

4 - الدّليل الطّلابي حول كيفية استخدام الإعلام الاجتماعي بمسؤولية

لم تتضمّن المواقع الإلكترونية الخاصة بالجامعات اللبنانية، التي تمّ الاطلاع على

(1) **Jean Piaget** (1896-1980) created highly influential theories on the stages of mental development among children, becoming a leading figure in the fields of cognitive theory and developmental psychology

مواقعها الإلكترونية (الجامعة اللّبنانية، الجامعة العربية، الجامعة اللّبنانية الدّولية، الجامعة الأميركية للعلوم والتكنولوجيا، الجامعة اليسوعية)، أي بند يتعلق باستخدام الطلاب للإعلام الاجتماعي، ضمن شروط الانتساب إليها. واقتصر موضوع استخدام الإعلام الاجتماعي على المقررات الدراسية التي تتناول المسؤولية والأخلاقيات في استخدام الإعلام الاجتماعي والمواقع التواصلية بما يتناسب مع طبيعة الاختصاص.

في المقابل، تمّ رصد دليلًا للطلاب حول كيفية استخدام الإعلام الاجتماعي بمسؤولية في جامعة Sheffield Hallam University في المملكة المتحدة مرخّصًا من قبل Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International Public License.

تضمّنت شروط الانتساب إلى هذه الجامعة ضرورة الالتزام بما ورد في دليل استخدام الإعلام الاجتماعي، كأحد الشروط التي تعرّض منتهكها للفصل من الجامعة، مع شرح الأسباب التي توجب على الطلاب الالتزام بهذه التعليمات، وهذه الشروط الخاصة باستخدام المواقع التواصلية، بطريقة لا تعرّض مستخدميها والآخرين أو سمعة المؤسسة لأيّ ضرر، باعتبارها شروطًا يحفظها القانون، وتحترم حقوق الآخرين، وممتلكاتهم، وسلامتهم، وتحافظ على سمعة المؤسسة وصدقيتها.

يشرح الدليل نتائج التصرف بعدم مسؤولية على شبكة الأنترنت وتحديدًا على مواقع التواصل الاجتماعي، من تدمير للسمعة وإحداث للضرر، وتعرّض للجامعة وسمعتها، مثل أيّ تصرّف خاطئ قد يقوم به الطالب على أرض الواقع، اعتمادًا على تطبيق القاعدة الذهبية التي تفضي إلى أنّ ما لا يُقال في العلن وجهًا لوجه لا يجوز قوله على مواقع التواصل الاجتماعي.

كما يدعو الكتيّب لاستخدام الفطرة السليمة، وإلى تحكيم المنطق لتحديد ما هو مؤذي وجارح وتشهيري أو غير لائق في الحياة الواقعية وتطبيقه في العالم الافتراضي، وخص بذلك:

- التعليقات الجارحة بحقّ الأشخاص أو المؤسسات حتى لو كان على سبيل المزاح.
- نشر معلومات سرية تخص الآخرين.
- مشاركة المنشورات الجنسية أو العنصرية، أو الفتنوية والاستفزازية أو التي تحضّ

على التّصرفات التّخريبية.

- الادّعاءات ونشر الإشاعات بحق الآخرين.

ويوضح هذا الكتيب أنّ ما يتمّ نشره يخرج من نطاق الخصوصية ليصبح عامًا من خلال ممارسات اتصالية كالنشر، ولقطات الشاشة، والنسخ، وإعادة النشر والمشاركة. مشيرًا إلى ماهية البصمة الرقمية المتمثّلة بسلسلة البيانات التي يتركها التفاعل في العالم الرقمي.

فالبصمة الرّقمية تساعد على تكوين ملف عام حول ما قاله المستخدم وما قيل عنه، ما قام بنشره أو التغريد به، ما نال إعجابه وما قام بمشاركته، بالإضافة إلى الأماكن التي يتواجد وسبق أن تواجد بها.

كما يتمّ رصد ما قام المستخدم بالنقر عليه، وما بحث عنه، وعنوان الاتصال بالشبكة الخاص به، لتشكّل جميعها بيانات خاصة بكل مستخدم تُحفظ بملف خاص به على شبكة الأنترنت. وتُستخدم هذه البيانات عادة للأهداف التسويقية أو الأهداف الاحتيالية من تزوير وانتحال للشخصية.

يوصي الكتيب بكيفية إدارة الهُويّة الرقمية، وحماية المعلومات الشخصية، وكيفية الظهور بأفضل صورة في العالم الرقمي، كاستخدام الإعدادات على موقع فيسبوك لتحديد من يرى المنشورات، بالأصدقاء، وليس أصدقاء الأصدقاء أو العامة، وعدم مشاركة أيّ تفاصيل شخصية، والانتباه إلى ما يتمّ الإعجاب به من صفحات، ومراجعة هذه الإعدادات باستمرار لأنّها قد تتغير.

كما يشير إلى ضرورة الفصل بين الحسابات الشخصية والمهنية. على أن يتمّ اعتماد استراتيجية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بناءً على:

- كيفية تشكيل البصمة الرقمية (ماذا تريد أن يقوله عنك الإعلام الاجتماعي وارتباط ذلك بما تريد إنجازه، وأي أداة هي الأنسب لتحقيق ذلك، الفصل بين الهويات الشّخصية والمهنية قدر الإمكان، التفاعل بإيجابية، واعتماد النوعية بدل الكمية من حيث المنشورات)
- ماذا يقول عنك استخدامك للإعلام الاجتماعي.
- تحديد ما تريد إنجازه واستخدام الأداة الأفضل لتحقيق ذلك.

- العمل على تنمية شبكة الاتصال الخاصة وتطويرها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تفقد إعدادات الخصوصية باستمرار.
- التواصل بإيجابية وليس بسلبية.
- اختيار النوعية دون الكمية في نشر واستهلاك المحتوى.
- تشكيل مصدر للمعلومات المفيدة.
- الفصل بين المواقع الشخصية والمواقع ذات الطابع المهني كـ» لينكيدين»، الذي يقدّم ملخصًا مهنيًا متخصصًا عن المستخدم، وإظهار استخدامه للإعلام الاجتماعي بمسؤولية وإنتاجية.
- تحديد نوعية الصّور، والمنشورات، والمحتويات، وماهيتها وعدم نشر المعلومات الشخصية، وتسجيل الخروج من التطبيقات.

فعلى الطلاب، خصوصًا في السنوات الجامعية الأولى، إعادة النظر بمنشوراتهم قبل أن تخرج إلى العلن، ويتمّ تعميمها، والتفكير مليًا بما يريدون نشره او إعادة نشره وتبنيه من خلال طرح الأسئلة الآتية:

- هل المحتوى حقيقي، صادق، وهل يروي جانبًا واحدًا من القصة؟ هل يحرّف المنشور الحالة أو يتجاهل بعض التفاصيل المهمة؟
- هل هو مفيد ويقدّم المساعدة، هل يساعد الآخرين في فهم الحالة؟ هل يساعد جمهوره على فهم شعورهم وما يريدونه؟ هل يساعد في تقديم المعلومات؟
- هل هو ملهم؟ هل يشجع الآخرين ويرفع من معنوياتهم؟ هل يلهمهم لاتخاذ المبادرة ؟ هل يلهمهم لإخراج أفضل ما لديهم؟
- هل هو جيد بما يكفي بمعنى هل هو ضروري، هل يحترم الآخرين؟ هل يعبر المنشور عن رأي غير مسموع أو يساعد في التعبير عنه ؟ هل يحبط الآخرين؟ هل يدعمهم؟هل يخدم من يقرؤه؟

وقد لا يتوافق المنشور أو التغريدة مع كل هذه المواصفات، فليس من الضروري أن يُعبّر عن تفكير مثالي، ولكن على المنشور أن لا يتعارض مع هذه المواصفات أو ينتهكها؛ وبالتّالي، عليه أن لا يسبّب ضررًا للآخرين، والأهم أن لا يكون مضيعة للوقت.

وبناءً على كل ما تقدّم، يمكّننا استخلاص بعض الإرشادات حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بفعاليّة ومسؤولية كالآتي:

- إنشاء الصفحات المتخصصة (لينكيدين) للتعريف بصاحب الحساب من خلال الاهتمامات والإنجازات، واعتماد رابط الصفحة كملف تعريفي.
- لا تنشر ما لا تستطيع قوله شخصيًا.
- لا تنشر ما لا يحمل الحقيقة بمختلف جوانبها من دون تجاهل التفاصيل المهمة.
- أنشر ما هو مفيد من حيث المعلومات ويقدم المساعدة للآخرين.
- أنشر ما هو ضروري، ويحترم الآخرين، ويسهم في التعبير عن الآراء غير المسموعة.
- لا تنشر ما يحبط الآخرين.
- أنشر ما يشكل دعمًا للآخرين ويخدم من يراه.
- كن مصدرًا للمعلومات المفيدة (كالخبراء).
- لا تنشر ما يعتبر مضيعة للوقت.
- استجواب المنشور قبل نشره (حقيقة أم شائعة- مفيد أو ضار- هل يقدم المعلومات)
- مراجعة شروط الخدمة وسياسة الاستخدام.
- حصر الاستخدام بدائرة الاهتمام لاستثمار الوقت وعدم تضييع الوقت.
- الحفاظ على العادات الصحية في بيئة الإعلام الاجتماعي.
- الوعي بما يريده المحتوى منك.
- غالبية المنشورات يجب أن تتضمن ثلاث معلومات على الأكثر عما تريد أن يعرفونه عنك.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأصدقاء للتسلية لا يجب أن يتعارض مع بناء المحتوى.
- لا تسمح بأن يتم استخدامك أو استغلالك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

- اسمح لجسدك بأن يطلعك على الوقت الذي عليك أن تقضيه على المواقع التواصلية.

خاتمة:

الطّلاب هم بناة المجتمع، ومن واجبهم الانخراط في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي لحماية المجتمعات التي ينتمون إليها بهدف تحقيق نموّها وتطوّرها. من هنا، وجب إرشاد الطلاب حول كيفية استخدام الإعلام الاجتماعي بفعالية مسؤولة، وبمواكبة التغييرات وكل جديد والتأقلم مع التطوّر التكنولوجي السريع، كما التوافق مع ازدياد وتنوع منصّات التواصل الاجتماعي، من خلال بناء الجسور الرقمية، وإقامة التواصل المفتوح منذ البداية، وفي أولى الخطوات التي يخطونها نحو بناء مستقبلهم.

يضمن التزام الطلاب بالمسؤولية الحصول على النتائج الإيجابية، في الانتقال من الواقع إلى عالم الإعلام الاجتماعي بإتساق وتكامل وإنتاجية مستمرة، وتحقيق أهدافهم من خلال استثمار خصائص مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على تحقيقها عبر هذا الاستخدام والخدمات التي توفرها التكنولوجيا الرقمية.

ومن أهم ما توفّره المسؤوليّة في مواقع التواصل الاجتماعي، الالتزام بالقيم، والمعايير المجتمعية، والالتزام بتطبيق الضوابط والقوانين التي تنص عليها سياسات الاستخدام، مع ما توفّره من القدرة على تكوين المجتمعات التفاعليّة، التي تسهّل الاجتماع بالأشخاص المسؤولين ذي الأهداف الواضحة والخبرات المعروفة، لناحية الاهتمامات المشتركة، بحيث تقع على عاتق المستخدمين انتقاء الأشخاص والمجموعات وفقًا للأهداف المسؤولة الملتزمة بالأخلاقيات.

كما تحتاج بيئة الإعلام الاجتماعي إلى المتابعة والتقييم بشكل متواصل، وإلى الكثير من الوقت والجهد لتحقيق الأهداف بفعالية، مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار نظرية النمو المعرفي، وما ينتج عنها من تطوير للأبنية الذهنية المعرفيّة تماشيًا مع متغيرات البيئة المحيطة الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي.

وعلى الطلاب الجامعيين الاستفادة من مواقع التواصل في مسيرتهم المهنية، من خلال الحصول على المحتوى المفيد، والسعي إلى نشر المحتوى الفعّال، وإعادة نشر المحتوى الذي يحمل في طيّاته رسالة تنموية تحقّق أهدافها على نطاق واسع.

والمحتوى الذي يسعى الطلاب إلى الحصول عليه يحدّد درجة الوعي والمسؤولية التي يتمتّعون بها، ومدى إدراكهم لنتائج سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيره على مستقبلهم المهني، مع ما يتطلّبه ذلك من التزام بسياسات الاستخدام، وتطبيق للمسؤولية الاجتماعيّة في الممارسات الاتصاليّة الخاصّة بمواقع التواصل الاجتماعي.

فإنّ للمسؤولية الاجتماعية دورًا في حماية المجتمع وتحقيق نموّه، كما أنّ للطلاب دورًا في حماية المجتمع ونموه وتطوره، وهنا يقع على عاتق المؤسسات التّربوية دور أساسي في تأهيل وتوجيه الطلاب الجامعيين نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في استخدامهم للشبكات الاجتماعية.

ونحن اليوم بحاجة ماسة إلى مراجعة الأنظمة التعليمية لمواكبة التطورات التكنولوجية، وتحسين الأداء انطلاقا من الطّرف الأول في التعليم وهو «المُعلّم»، بالمشاركة مع الطّالب المتلقي، وبالاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي التي تقوم بالدور المُكمّل لدوره من دون أن تحل مكانه وتتفوق عليه.

المراجع:

1. بلقاسم بن روان2007 ()، وسائل الإعلام والمجتمع – دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسساتية، دار الخلدونية، الجزائر، ص27.
2. راسم محمد الجمال (2004). الاتصال والإعلام في الوطن العربـي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيـروت، ط 3، ص 66-65.
3. رمزي أحمد عبد الحي (2010). التعليم عن بعد في الوطن العربي وتحديات القرن الحادي والعشرين، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
4. رمضان عبد المجيد (2013). مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام، دفاتر السياسة والقانون، العدد التاسع، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
5. سامية عواج وتبري سامية (2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم عن بعد لدى الطلبة الجامعيين، المؤتمر الدولي الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، مركز جيل للبحث العلمي، الجزائر، مأخوذ من الموقع الإلكتروني مركز-جيل-البحث-العلمي-أعمال-المؤتمر-الدولي-(jilrc.com) 11.pdf بتاريخ 3 - 9 2021-
6. صفاء شريم (2020). سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي، مأخوذ من الموقع الإلكتروني mawdoo3.com بتاريخ 25/ 1/ 2021
7. عبد الهادي السيد عبده (2020). الكفاءة الشخصية، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر.
8. عثمان محمد الدليمي (2019). مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان.
9. علي سيد اسماعيل (2020). مواقع التواصل الاجتماعي: بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية.
10. محمد أحمد ألكسجي (2012). الجودة في التعلم عن بعد، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
11. محمد العوض وداعة الله (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان.
12. محمد عبد الحميد(2000). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط 2،القاهرة، ص 245.
13. Ilena Di toro, (2020). Become a source of useful information, Smart social. Retrieved from: smartsocial.Com
14. Johnna Ithier, (2020). Urge students to question their content before tgey post, Smart social. Retrieved from: smartsocial.Com
15. Troy Dvorak, (2020).Encourage students to use technology meaningfully, Smart social. Retrieved from: smartsocial.Com

المسؤوليّة الاجتماعيّة لوسائل الإعلام في لبنان خلال الأزمات
انفجار مرفأ بيروت في 4 آب 2020 ضمن نشرات الأخبار أنموذجًا

أ. زينه زغيب

الجامعة اللبنانية

Abstract:

While Lebanon was not only trying to curb the spread of the coronavirus, but was also mired in an unprecedented economic crisis, a devastating explosion in Beirut occurred on 4 August 2020, killed at least 200 people and injured about 5,000 others. This paper examines how the local media covered this event by relying on the social responsibility theory of mass media. The sample of the study is composed of evening news bulletin introductions (42 in total) for the six private Lebanese television stations (MTV, LBCI, OTV, NBN, Al Jadeed and Al Manar) over a seven-day period from 5 to 11 August 2020.

مقدّمة:

في وقتٍ كان لبنان يحاول التعامل مع تفشي وباء كورونا المستجدّ ومع أزمة اقتصادية حادة، وقع انفجار مرفأ بيروت في 4 آب/أغسطس 2020 ليزيد الطين بلة. في ظلّ هذه الفاجعة، كان لا بدّ من معاينة مدى مراعاة وسائل الإعلام المحلية مبدأ المسؤولية الاجتماعية المنوط بها ومدى احترامها للأخلاقيات الإعلامية، من خلال البحث في مقاربتها لهذا الحدث.

من هذا المنطلق، اعتمدنا كعيّنة للدراسة على مضمون مقدّمات نشرات الأخبار المسائية لمحطّات التلفزيون اللبنانية الخاصة الستّ خلال سبعة أيام تمتدّ من 5 إلى 11 آب، أي ما يعادل 42 مقدّمة. وهذه المحطّات هي: «ام تي في» MTV، «ال بي سي آي» LBCI، «او تي في» OTV، «أن بي أن» NBN، «الجديد» Al Jadeed

و«المنار» Al Manar. وينطلق اختيار المقدّمات من كونها تعكس بشكل واضح موقف المحطّة المباشر من مواضيع الساعة.

أولًا: إشكاليّة البحث والفرضيّات

في هذه الورقة البحثية، انطلقنا من التساؤل الآتي: إلى أي مدى التزمت المحطّات التلفزيونية الخاصة في لبنان، ضمن مقدّمات نشرات أخبارها المسائية، مبدأ احترام المسؤوليّة الاجتماعيّة لوسائل الإعلام خلال مقاربتها حدث انفجار مرفأ بيروت الذي وقع في 4 آب 2020؟

الفرضيّات:

تفرض هذه الدّراسة مجموعة من الفرضيّات، هي الآتية:

- إنّ المحطّات التلفزيونية الخاصّة في لبنان تشكّل أبواقًا للأحزاب السياسية الطائفية التي توظّفها في سبيل تسجيل النقاط، وإثبات المواقف السياسية، وتقاذف الاتهامات بين بعضها البعض.
- تلجأ المحطّات التلفزيونية إلى التعميم في خطابها الإعلامي من خلال التلميحات المُبطّنة، بالإضافة إلى استخدام لغة اتّهامية، وتحميل المسؤوليّة إلى جميع الأطراف السياسية بشكل عام من دون تسميتهم.
- انطلاقًا من تبعية وسائل الإعلام إلى القوى السياسية الكبرى في لبنان، تتجاهل المسؤولية الاجتماعية المترتبة عليها تجاه الجمهور، وذلك من خلال عدم احترام المعايير الأخلاقية المتعارف عليها عالميًا.

ثانيًا: منهج البحث وأداته

ينضوي هذا البحث تحت خانة البحوث الوصفية التي لا تقتصر على جمع البيانات فحسب، إنّما تتعدّاه إلى تحليلها ومُناقشتها من أجل الوصول إلى تفسيرات ملائمة. ويُعدّ المنهج الوصفي التحليلي مُناسبًا لموضوعات البحث العلميّ التي تدور حول الظواهر أو المشكلات الاجتماعيّة، ويرتكز على «معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدّد، أو فترة أو فترات زمنيّة معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علميّة ثم تفسيرها بطريقة موضوعيّة بما ينسجم مع المعطيات الفعليّة للظاهرة» (دويدري، 2008، ص 183).

كذلك، لجأت هذه الدراسة إلى أداة تحليل المضمون Analyse de contenu التي تسمح بتأويل المادّة البحثيّة من أجل استخلاص نتائج تُجيب على الإشكاليّة المطروحة بأسلوب سهل ومُبسّط. فوفق هنري وموسكوفيتشي P. Henry & S. Moscovici، «كلّ ما يُقال أو يُكتب يُمكن أن يخضع لتحليل المضمون» (Bardin, 2007, p.16). أيّ أن كلّ خطاب يحمل مَعان مُعيّنة؛ وبالتالي، يُمكن وصفه وفكّ شيفراته بوساطة تقنيّات تحليل المحتوى. كذلك، حدّدت وحدة التحليل في وحدة الفكرة أو الموضوع كوحدة للعدّ داخل البحث.

من أجل بناء استمارة تحليل المضمون، اعتمدت الدراسة على فئات المضمون، وتمّ استبعاد فئات الشكل، نظرًا لارتباط البحث بجانب مضمون مقدمات النشرات الإخبارية بعيدًا عن الشكل. والفئات تتمثّل في:

- الهدف الأساسي من الرسالة / الرسائل المضمنة في المقدمة
- هوية الأطراف التي تم انتقادها في حال توجيه انتقاد.
- نوع الخروقات على مستوى أخلاقيات العمل الإعلامي

بذلك، قسّمت الدراسة تحليل المضمون إلى شقّين، الأول يُظهر المؤشرات الكمية التي حدّدناها في الاستمارة، والآخر يُعاين المؤشرات النوعية بعد الغوص في العبارات المستخدمة ضمن المادة التحليلية.

ثالثًا: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وعلاقتها بالأخلاقيات الإعلامية

بعد الحرب العالمية الثانية، وخلال مرحلة شهدت على انحراف سلوكيات الكثير من وسائل الإعلام «نحو الإثارة، والتعرّض للأخلاق العامة، وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة، بهدف تحقيق الربح المادي، عملًا بالنظام الإعلامي الليبيرالي الذي يستند إلى فكرة السوق الحرّة للأفكار» (القادري عيسى، 2013، ص 187)، نشأ مبدأ المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأميركية مُترافقًا مع ارتفاع الأصوات المنتقدة لأدائها، لا سيما إثر تحوّل معظمها إلى أداة للدعاية السياسية (صدقة، 2009، ص 45).

فقد عمد رئيس جامعة شيكاغو البروفيسور الأميركي روبرت هوتشنزRobert Hutchins إلى إجراء دراسة تهدف إلى التعرّف إلى وضع الممارسات الإعلامية،

فشكّل لجنة من 10 أساتذة جامعيّين عُرفت باسم «لجنة هوتشنز» بتمويل من هنري لوس Henry Luce مؤسس مجلة «تايم». وعام 1947 نشرت تقريرها بعنوان «صحافة حرّة ومسؤولة» حيث دافعت عن حرية الصّحافة لكنها أبدت مخاوف إزاء الأخطاء الأخلاقية التي تُرتكب، وبلورت ما عُرف بنظرية المسؤوليّة الاجتماعية (عبد المجيد، 2013، ص 367).

وخلصت اللّجنة إلى أنّ الحرية حقّ لكنّ المسؤولية واجب، ما يُحتّم على وسائل الإعلام تنوير الجماهير بالحقائق، الأمر الذي يخوّل المواطنين الحُكم بشكل مُتّزن على الأحداث. من هنا، تفترض المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تجاه الرأي العام أن تتمّ مُراعاة مجموعة من المعايير والقيم تشكل ضوابط أخلاقية، وتهدف إلى التوفيق بين حرية الصحافة، والمسؤولية المنوطة بها تجاه الرأي العام. فالالتزام تجاه المجتمع يكون من خلال وضع معايير مهنية للصدق والموضوعية والتوازن، وتجنّب أي خبر يحرّض على الجريمة والعنف والفوضى. وقد «أظهرت الدراسات المتعاقبة إلى أي مدى لا يمكن فصل هذه المسؤولية عن الأخلاق الإعلامية» (Grevisse, 2010, p.7).

رابعًا: بطاقة تعريفيّة للمحطات التلفزيونية في لبنان

فيما يلي سنقدّم بطاقة تعريفيّة للمحطّات التلفزيونية الستّ الخاصة في لبنان، تشمل تاريخها منذ تأسيسها وتُعطي صورة عن اتجاهها السياسي العام وهيكلية المُلكية فيها.

- المؤسسة اللّبنانية للإرسال أنترناسيونال Lebanese Broadcasting Corporation

بدأت قصّة الـ«ال بي سي» LBC مع بشير الجميّل، نجل مؤسس حزب الكتائب بيار الجميل الذي كان يتطلّع إلى تأسيس محطّة تلفزيونية خاصة. لكن تأخّر حصول ذلك حتى تاريخ 23 آب/أغسطس 1985. كانت المحطة تميل إلى سياسة حزب «القوات» لكن «بعد خروج جعجع من السجن نشأ نزاع قانوني بين حزب القوات وبيار الضاهر عام 2007 حول ملكية القناة (...) لتفوز أخيرًا الـLBC ورئيس مجلس إدارتها بيار الضاهر بالدعوى في فبراير 2019 (نزال، 2019). حاليًا المالك الرئيس للقناة هو بيار الضاهر وأفراد من عائلته بحسب مرصد ملكية وسائل الإعلام.

- «الجديد» **Al-Jadeed**

بحسب مرصد ملكية وسائل الإعلام في لبنان، تلفزيون «الجديد» مملوك بشكل رئيس من تحسين خياط وعائلته. «الجديد» محطة تلفزيونية خاصّة أنشئت في بيروت عام 1992 تحت تسمية «نيو تي في» New TV، إلّا أنّه طرأ تطوّر على علامتها المسجلة عام 2007 فعُرّب اسمها ليصبح «الجديد». أسّسها الحزب الشيوعي اللبناني، لكن في بداية عام 1994 قامت مجموعة من المتموّلين بشراء أسهمها ضمنهم تحسين خياط الذي أصبح رئيس مجلس إدارتها. في الفترة التي نشط خلالها حراك المجتمع المدني على خلفية أزمة النفايات عام 2015، شكّلت «الجديد» خرقًا في المشهد التلفزيوني منذ مرحلة ما بعد الحرب الأهلية لجهة نقض السلطة السياسية في لبنان (جريجيري وشالوحي، 2017، ص 28). وبعد اندلاع حراك 17 تشرين عام 2019 كانت من أولى المحطات الداعمة له.

- **«أم تي في» MTV أو تلفزيون المرّ**

بحسب مرصد ملكية وسائل الإعلام، تأسّس تلفزيون المرّ أو ما يعرف باسم "أم تي في» عام 1991، وفي آذار/مارس 1995 استحصل على الترخيص وفق قانون الإعلام المرئي والمسموع. تم إقفال القناة بعد حكم قضائي صدر بحقها عام 2002 بسبب مخالفتها لأحكام المادة 68 من قانون الانتخابات، (المادة 68 يحظر على كافة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة غير السياسية، تعاطي الإعلان الانتخابي السياسي خلال الحملة الانتخابية تحت طائلة التعطيل والإقفال التام بقرار يصدر عن محكمة المطبوعات)، واتُّهمت القناة بأنّها ساندت مالكها غابريال المر خلال انتخابات المتن الشمالي الفرعية. في جلسة تشريعية لمجلس النواب في 16 آب/أغسطس 2005، تم تعديل المادة 68 من قانون الانتخابات لإعادة فتح هذه القناة لكن الإقفال عمليًا استمر لسبع سنوات إذ أعيد افتتاحها في 7 نيسان/أبريل 2009، أي قبل شهرين من الانتخابات النيابية عام .2009 كانت قناةMTV تميل إلى دعم مواقف قوى 14 آذار لكنها أيّدت حراك 17 تشرين بشكل واضح منذ إندلاعه عام 2019.

- **تلفزيون «او تي في» OTV أو Orange TV**

بحسب مرصد ملكية وسائل الإعلام، «أو تي في» OTV هي محطة تلفزيونية تؤيّد مواقف التيار الوطني الحرّ برئاسة النائب جبران باسيل الذي تم انتخابه خلفًا للعماد

ميشال عون. تأسست عام 2007 على يد صهر الرئيس اللبناني ميشال عون، روي الهاشم، وهو حاليًا رئيس مجلس الإدارة. انطلقت القناة فضائيًا بتاريخ 20 تموز/يوليو 2007.

- **تلفزيون «أن بي أن» NBN أو الشبكة الوطنية للإرسال**

(Lebanon - National Broadcasting Network)

تعتبر قناة «أن بي أن» NBN تابعة لحركة «أمل» التي يقودها رئيس مجلس النواب نبيه بري. بحسب مرصد ملكية وسائل الإعلام، تأسست عام 1996 وحصلت على ترخيص بناءً على المرسوم رقم 10059 بتاريخ 10 كانون الثاني/ يناير .2018 وفق مرصد ملكية وسائل الإعلام في لبنان، عائلة بري تظهر فقط من خلال مساهمَين هما شقيقه وشقيقته. أمّا المساهمون الآخرون، فهم مقرّبون من بري، وعدد من كبار المسؤولين في حركة «أمل».

- **تلفزيون «المنار»**

تأسّس عام 1991، وهو يرتبط تنظيميًا وسياسيًا بـ»حزب الله»، حيث يطلق على نفسه تسمية «الإعلام المقاوم». حصلت القناة على ترخيص بتاريخ 5 تشرين الثاني/نوفمبر 1998 وفق المرسوم رقم 13476 وهي تلتزم بموقف حادّ ضدّ إسرائيل والولايات المتحدة. باشرت إرسالها الأرضي عام 1991 والفضائي عام 2000، ووحَّدتهما عام 2014. وفق مرصد ملكية وسائل الإعلام في لبنان، «المنار» هي جزء من المجموعة اللبنانية للإعلام L.C.G SAL التي يضم مجلسها مسؤولين رفيعي المستوى في «حزب الله»، إلا أنّ توزيع الأسهم بين المساهمين لا يتم نشره في الوثيقة الصادرة عن السجل التجاري لوزارة العدل.

خامسًا: مراجعة الأدبيات السابقة

إنّ الاطّلاع على الأدبيّات السّابقة المرتبطة بالبحث العلمي يُعتبر خطوة مهمّة، إذ يستفيد الباحث من استعراض الدّراسات التي تدور في فلك بحثه فتساعده في سبر أغوار الجوانب التي لم تتناولها البحوث السابقة، وفي ملاحظة تطوّرات في المجال قيد الدراسة. كما يساعده في تحديد الإطار العام لبحثه، من اختيار الأدوات المناسبة إلى اختيار العيّنة. وبالتّالي، يوضح الباحث كيف سيفترق عن الدراسات السّابقة ويخطّ

اتّجاه بحثه عبر اعتماد مقاربة مختلفة. تصعب الإحاطة بكل ما هو منشور من أبحاث تندرج ضمن نطاق نظريّة المسؤولية الاجتماعيّة لوسائل الإعلام، إلّا أنّنا عاينّا عددًا من الدّراسات التي تصبّ في خانة البحث بشكل مباشر.

- دراسة بعنوان: الانتخابات النّيابية في لبنان 2005

(Mission, 2005 Observation Election Union European)

الدّراسة حول التغطية الإعلاميّة لانتخابات 2005 أجرتها بعثة مراقبة الانتخابات في الاتحاد الأوروبيEOM EU استنادًا إلى اتفاق بين الاتحاد الأوروبي والحكومة اللّبنانية. وهدفت إلى مراقبة مدى حصول الأحزاب السّياسية والمرشحين على فرص عادلة في وسائل الإعلام، ورؤية ما إذا كان ممكنًا للجمهور أن يجمع معلوماتٍ كافية عن طريق وسائل الإعلام تساعده على حسم قراره الانتخابي. فيما يتعلق بوسائل الإعلام التلفزيونية، أظهرت الدراسة دليلًا على تغطية عكست النّزعة المنحازة لمحطات التّلفزة إلى سياسة أصحابها.

استفادت الباحثة من هذه الدّراسة لتدعيم معطياتها حول واقع الممارسات المهنية في وسائل الإعلام اللّبنانيّة، إذ أظهرت نتائج الدراسة انحيازًا لجهات سياسية دون غيرها خلال الفترة المحدّدة بالمرحلة الانتخابية، وهذا يُعتبر مخالفة لإحدى أهم القواعد التي تنصّ على وجوب تقديم تغطية متوازية للأطراف كلّها.

- دراسة بعنوان: «الإعلاميون وأخلاقيات المهنة» (رمال وآخرون، 2008)

في الفصل الأوّل من هذا العمل المشترك، وتحت عنوان «مقدّمات نشرات الأخبار التلفزيونية: اصطفافات سياسية، حرب نفسية وخرق للقوانين»، قام الدكتور علي رمال بتحليل مقدّمات نشرات الأخبار في «ال بي سي» LBC، «او تي في» OTV، «نيو تي في» NTV (المعروفة حاليّا بـ«الجديد»)، «المستقبل» FTV (الذي أغلق في 19 أيلول/سبتمبر 2019) و«المنار»، وذلك خلال فترة امتدّت بين 23 و26 تشرين الثاني/ نوفمبر 2008.

وقد خلصت الدّراسة إلى أنّ المحطّات التّلفزيونيّة تمثّل الذّراع الإعلاميّة للقوى السّياسية الكبرى في لبنان، وهي تتخطّى الدّور الإعلامي الوطني لتصبح أداة دعائية تعمل على اختراق الرأي العام. وتمامًا كالأحزاب السياسية، تصطفّ المؤسسات

الإعلامية، وتتواجه في معارك إعلامية حيث أنّ بعض هذه الوسائل يمتلك خبرة في عمليّة تحميل المقدمة الإخبارية عناصر الحرب النفسية كلّها على الطّرف الآخر

ـ دراسة بعنوان: «الأخلاق الإعلاميّة بين المبادئ والواقع» (صدقة، 2009)

هدف الكاتب من خلال دراسته للأخلاق الإعلامية إلى تحديد أطرها ومفاهيمها العامّة، ومن ثم مقاربة الواقع اللّبناني عبر دراسة ميدانية، حاولت استطلاع القيم السّائدة لدى الصّحفيين اللّبنانيين في هذا المجال. وخلص إلى وجود ثغرات ضمن ميدان الأخلاق الإعلاميّة في لبنان كما تبيّن غياب المواثيق والشرعات في المؤسسات الصّحفية على تنوّعها. وقد نوّه إلى ضرورة إعادة النّظر بالرّخص التّلفزيونية والإذاعية كي لا تتحوّل المؤسسات الإعلاميّة إلى أدوات انتفاعيّة في خدمة الأحزاب، بل تعمل من أجل خدمة المصلحة العامة.

ورأى أنّ الوضع الحالي لوسائل الإعلام اللّبنانية وآليّة عملها تشكّل خطرًا على السلم الأهلي، حيث أنّ الإعلاميين بغالبيتهم فقدوا الدور النقدي المطلوب منهم، إذ باتوا تابعين إلى خط سياسي وإيديولوجي محدّد. وهذا ما حوّل وسائل الإعلام إلى متاريس وأفقدها دورها الحيادي المتوازن.

ـ دراسة بعنوان: «الاستثمار في الإعلام وتحديّات المسؤولية الاجتماعيّة (الأنموذج اللّبناني)» (القادري عيسى، 2013)

بحث الكتاب في تحديّات المسؤولية الاجتماعية أمام وسائل الإعلام اللّبنانية. ولدى استعراض الأزمات المختلفة التي عصفت بها، تبيّن أنّها عند كل مفترق طرق تنكشف على حقيقتها وتبدو غير قادرة على إخفاء عيوبها، فترتكب الكثير من الأخطاء الأخلاقية على مستوى الممارسة المهنية نتيجة غياب الرؤية، والارتجال، وضعف التخطيط.

وخلصت الباحثة إلى أنّ المشهد الإعلامي اللّبناني يعاني خللًا على صعيد قوننة العمل الإعلامي وبالاستنسابية في تطبيق القوانين وفي تقادمها، بالإضافة إلى ضعف العمل النقابي وغياب المعايير المهنية. واعتبرت أنّ الاستثمار في الإعلام ضمن الأنموذج اللّبناني لم يكن استثمارًا لرأسمال وطني عابر للطوائف بل استثمارًا لرأسمال فئوي مذهبي، عرضة للظرفية والصّراعات المتقلّبة. من هنا، تقع الدراسة في صلب موضوع بحثنا إذ توفّر صورة عن واقع الممارسات الإعلامية في لبنان والضغوط المختلفة التي تعتريه.

- دراسة بعنوان: «صور العنف في التغطيات الإخبارية للإعلام اللبناني» (نادر ومخايل، 2016)

هدفت الدراسة إلى معاينة «العنف المصوّر في الإعلام» ودراسة أنعكاساتها. وارتكزت على عيّنة من صور عنيفة رافقت أخبار وتقارير نُشرت في صحف لبنانية وبُثت في نشرات أخبار المحطات التلفزيونية اللبنانية (LBC، OTV، MTV، المستقبل، الجديد، المنار وتلفزيون لبنان) وعُرضت في مواقع إلكترونية طيلة شهر آب من عام 2015.

خلصت الدّراسة إلى نتائج أبرزها أنّ العنف مكوِّن أساسي في المادة الإعلامية؛ والأحداث التي تُغطّيها وسائل الإعلام هي أحداث دموية.

- دراسة بعنوان: «التحقيق الميداني التلفزيوني- مدى التزامه المعايير المهنية والأخلاقية (الـLBC والـMTV والجديد أنموذجًا)» (العقاد، 2016)

هدفت الباحثة إلى معاينة مدى مُراعاة التحقيقات التلفزيونية المعايير الأخلاقية والقواعد المهنية. ارتكزت على نظريّة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، واعتمدت العينة العشوائية المنتظمة، كما لجأت إلى المنهجَين الوصفي التحليلي والمقارَن لدراسة 12 تحقيقًا لكل مؤسسة (الـLBC والـMTV و«الجديد») أي بمعدّل 36 تحقيقًا مُقسّمًا بالتساوي بين المحطات التلفزيونية. وقد خلصت هذه الدراسة إلى نتائج أهمّها:

- تسجيل بعض الخروق الأخلاقية غير الفاضحة، كالانحياز وتغليب وجهة نظر على أخرى، بالإضافة إلى ميل للنجومية واللجوء إلى أسلوب التضخيم والمزايدة.
- إنعكاس انحياز المحطات التلفزيونية إلى مواقع سياسية أو اجتماعية معينة على اختيار مواضيع التحقيقات، حيث هناك تضخيم لقضايا معينة مقابل إهمال أو تحجيم لها في وسيلة إعلامية أخرى.

- دراسة بعنوان: «دراسة التغطية الإعلامية للانتخابات البلدية 2016» (رمّال وآخرون، 2017)

هدفت الدراسة إلى معاينة مدى التزام وسائل الإعلام اللبنانية في تقديم الأخبار وفق مبادئ ميثاق الشرف الإعلامي. وقد طرحت تساؤلات حول دور الإعلام في مرحلة الانتخابات، لاسيما تشكيل الرأي العام من خلال تزويده بالمعلومات الصحيحة والوقائع

الكافية. شملت مدة الرصد ثلاث فترات زمنية، وتكوّنت عينة الدراسة من نشرات الأخبار التلفزيونية المسائية، تقارير صحفية، وفقرات ضمن برامج الحوارات السياسية، وذلك على تلفزيون لبنان، الجديد، المنار، OTV، MTV، LBCI والمستقبل.

خلصت الدراسة إلى أنّ الأداء العام لوسائل الإعلام تخللته خروقات عديدة مقارنة مع ما نصّ عليه ميثاق الشرف الإعلامي لجهة عدم التزام العدل، والإنصاف، وخرق التوازن، وعدم وجود تكافؤ فرص (المادة 12)، والتشهير، والتمييز الواضح في التحليلات الصّحفية، بالإضافة إلى الانحياز وغياب الموضوعية (المادة 13). كما خُرقت المادتان 16 و17 لجهة عدم حيادية بعض مقدمي الأخبار واستغلال المنصب للترويج. كذلك الأمر بالنسبة إلى المادة السادسة لجهة الحق في الوصول إلى المعلومات، والأخبار، والإحصاءات التي تهمّ المواطنين، بالإضافة إلى مبدأ ممارسة أقصى درجات الموضوعية في نسب المواد التي تنشر (المادة 9).

- دراسة بعنوان: «المهنة الإعلامية وأخلاقياتها في ضوء التطوّرات التكنولوجية والاتصاليّة» (القادري عيسى، 2019)

هدفت الدراسة إلى تتبُّع الخروقات التي تخلّلتها نشرات الأخبار على مستوى أخلاقيات العمل الإعلامي ضمن ثماني محطات تلفزيونية لبنانية هي: «المستقبل»، «أن بي أن»، «ام تي في»، «او تي في»، «ال بي سي»، «الجديد»، «المنار»، «تلفزيون لبنان»، وذلك بمعدّل عشر نشرات لكل محطة. وتوصّلت إلى نتائج عديدة، أبرزها:

- حصول الخروقات في معالجة ملفات اقتصادية مصدرها الصراع على صفقات ومشاريع يصعب الفصل فيها بين أهل السياسة وأهل الإعلام، وفي معالجة ملفات تعود إلى الحروب والصراعات في المنطقة، من شأنها أن تؤدّي إلى تأجيج الصراعات الداخلية.

- تجلّي الخروقات في اعتماد الانتقائية على مستوى الموضوعات، العناصر الخبرية، الشخصيات، وكذلك في توظيف اللّغة وإطلاق النّعوت، بالإضافة إلى التلاعب بعناصر الخبر، واعتماد الترويج الذاتي، عدم التدقيق في مصادر المعلومات، وعدم احترام خصوصيات النّاس.

سادسًا: نتائج تحليل مضامين مقدّمات نشرات الأخبار

أ - المؤشرات الكميّة

1 - الهدف الأساسي من الرسالة / الرسائل المضمّنة في مقدّمة نشرة كل محطّة

المحطة الهدف	OTV ”او تي في“		NBN ”أن بي أن“		Al Manar ”المنار“		MTV ”ام تي في“		LBC ”ال بي سي“		Al Jadeed ”الجديد“	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
توجيه أنتقادات	5	35.71	2	16.67	7	77.77	7	53.84	4	28.58	6	40
تعليق على أحداث	5	35.71	3	25	2	22.23	4	30.77	7	50	6	40
سرد أحداث	3	21.43	5	41.66	-	-	-	-	2	14.28	1	6.67
دعوة إلى التهدئة	-	-	2	16.67	-	-	-	-	-	-	-	-
دفاع عن خطها السياسي	1	7.15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
دعم تظاهرة لحراك 17 تشرين	-	-	-	-	-	-	2	15.39	1	7.14	2	13.33
المجموع	14	100	12	100	9	100	13	100	14	100	15	100

1 - هوية الأطراف التي تمّ انتقادها

المحطة	OTV “او تي في”		NBN “أن بي أن”		Al Manar “المنار”		MTV “ام تي في”		LBC “ال بي سي”		Al Jadeed “الجديد”	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
أطراف سياسية وإعلامية غير محدّدة	5	100	-	-	7	77.78	3	27.27	6	100	8	50
أطراف سياسية محدّدة	-	-	-	-	1	11.11	8	72.73	-	-	8	50
تظاهرة لحراك 17 تشرين	-	-	2	100	1	11.11	-	-	-	-	-	-
المجموع	5	100	2	100	9	100	11	100	6	100	16	100

2 - أنواع الخروقات على مستوى أخلاقيات العمل الإعلامي

المحطة نوع الخرق	OTV “او تي في”		NBN “أن بي أن”		Al Manar “المنار”		MTV “ام تي في”		LBC “ال بي سي”		Al Jadeed “الجديد”	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
المس برؤساء الدول	-	-	-	-	-	-	2	15.38	-	-	2	16.67
خطاب كراهية	3	27.27	-	-	3	42.85	3	23.07	-	-	2	16.67
استخدام لغة اتهامية	1	9	-	-	3	42.85	3	23.07	-	-	5	41.66
أنحياز لطرف سياسي	7	36.27	-	-	1	14.13	5	38.46	1	100	3	25
المجموع	11	100	-	-	7	100	13	100	1	100	12	100

تُظهر المؤشرات الكميّة أنّ **الهدف الرئيس من الرّسائل الإعلامية** التي وجهتها كلّ من «المنار» و«ام تي في» تمثّل بتوجيه الانتقادات إلى الاطراف السياسية، يليه في المرتبة الثانية التعليق على الأحداث، فيما ساوت كل من «او تي في» و«الجديد» بين هذين الهدفين في معرض بثها الرسائل الإعلامية؛ إلا أن «ال بي سي» و«أن بي أن» تميّزتا عن المحطات الأربع المذكورة في هذا الصّدد، فتمثل الهدف الأساسي من طرح الأولى بالتعليق على الأحداث، فيما ركّزت الثانية على سرد الأحداث.

بالنسبة إلى **هوية الأطراف التي تعرّضت للانتقاد**، فقد صوّبت كل من «ال بي سي» و«او تي في» حصرًا على أطراف سياسية وإعلامية غير محددة، في حين نالت هذه الفئة حصة الأسد أيضًا لدى «المنار». في المقابل، كانت «ام تي في» أكثر مباشرة في انتقاداتها إذ صوّبت على جهات محددة. أمّا «الجديد»، فقد ساوت بين الانتقادات المباشرة وغير المباشرة. «أن بي أن» كانت الأقل توجيهًا للانتقاد، حيث أنّها انتقدت مرّتَين جهة معيّنة حين اعتبرت أنّ بعض العناصر ضمن تحرّك دعت إليه مجموعات من حراك 17 تشرين عمدوا إلى القيام بأعمال تخريبية في بيروت.

بالنسبة إلى عدد **الخروقات المهنية المرتكبة**، جاءت النّسبة الأعلى للـ«ام تي في»، تليها «الجديد» ثم «او تي في»، فـ«المنار»، مقابل خرق واحد للـ«ال بي سي» ولا خرق للـ«أن بي أن». ولدى تفنيد أنواع الخروق، يتبيّن أنّ الانحياز لطرف سياسي كوّن النسبة الاعلى لـ«او تي في» و«ام تي في»، فيما عادت أعلى نسبة خروقات لـ«الجديد» إلى استخدام لغة اتّهامية. في حين ساوت «المنار» بين استخدام خطاب كراهية ولغة اتهامية كأعلى نوعين من الخروقات التي ارتكبتها.

ب - المؤشرات النوعية

1- «او تي في» OTV

غابت الانتقادات عن مقدّمتَين (تاريخ 2020-8-8 و2020-8-9) من نشرات أخبار الـ «او تي في»، فيما ظهرت في خمس مقدّمات. لجأت المحطّة إلى توجيه انتقادات سياسية، والتّعليق على الأحداث الجارية، وتوفير الدعاية للخط السياسي الذي تدعمه. الانتقادات التي وجّهتها لم تكن ضد أطراف سياسية وإعلامية محدّدة، إذ لم تقم المحطّة بتسمية هذه الأطراف، لكنها كانت تغمز بطبيعة الحال من قناة خصوم «العهد»، مثلًا:

في تاريخ 2020-8-5 أشارت إلى أنّ «الطبقة السياسية التي حكمته (لبنان) على مدى مئة عام فشلت في بناء دولة، فحلّ التشكيك بالمؤسسات» لتعود وتشير إليها نفسها في تاريخ 2020-8-6 :«الطبقة السياسية التي أوصلتنا إلى ما نحن فيه». وفي تاريخ 7-8-2020 تكمل في استخدام أسلوب التلميح: «المجرم هو من غطى الفاسدين وتحالف معهم واستفاد منهم... ويذرف دموع التماسيح».

وفي تاريخ 10 - 8 - 2020: «عام 2020 أوصل الفساد والاهتراء، الغليان والتحريض، والعقوبات، والحصار إلى الانهيار، ومن ثم الانفجار في المرفأ»، «الفساد نخر دماغهم واحتلّ جيوبهم وأذاب ضمائرهم. فاسدون بلا حدود، مجرمون بلا قيود»، وعن الحكومة ادّعت أنها «لم تفعل شيئًا، فشلت وكان فشلها ذريعًا»، وأكملت المحطة خطابها وفق صيغة الغائب غير المباشر: «خطيئة ارتكبها طاقم متمرّس بالكذب والخداع والتدليس والفساد»، «المعركة الحقيقية تبقى مع المجرمين الحقيقيين الذين جاء بهم الفساد».

كذلك الامر في تاريخ 11 - 8 - 2020 حيث ألمحت إلى «رموز الفساد والتقصير والفشل المعروفون».

لكنّ أبرز هذه الانتقادات جاء في معرض الردّ على انتقادات من وسائل إعلامية أخرى طالت رموز الخط السياسي الذي تمثله الـ «او تي في»، بالأخص رئيس الجمهورية العماد ميشال عون ورئيس التيار الوطني الحر النائب جبران باسيل، مثلًا في تاريخ 2020-8-6: «الشتامون وبائعو المواقف الإعلامية»، «التيار الوطني الحر كان رد بقوة على حملة التطاول المستمرة عليه وعلى رئيس البلاد، حيث أشار في بيان إلى أنّ حفلة الظّلم، وقلة الأخلاق، والضمير بعناوين براقة كحرية التعبير لم تعد مقبولة»، «هم شهود زور وأصحاب مصالح».

وفي تاريخ7 - 8 - 2020 استمرّت في حملة الدفاع عن رموز خطّها السياسي: «الرد على الشتائم لا يكون إلّا بالشتائم، ونحن لسنا بشتامين»، «معظم أحزاب المذاهب والطوائف ووجوهها شتمتنا»، «كم من إطلالة إعلامية خصّصناها لكشف مستور التعطيل»، «الرد على الشتامين من سياسيين وإعلاميين وكتبة على مواقع التواصل... لن يكون بالشتائم».

في تاريخ 10 - 8 - 2020 أجرت مقارنة بين ما حصل بعد انفجار المرفأ في 4 آب 2020، وما جرى عام 2005 عقب انفجار «السان جورج» واغتيال رئيس الحكومة الأسبق رفيق الحريري، فاعتبرت أنّه عام 2005 نُظّمت «حملة تقودها وسائل إعلام محلية عربية دولية»، وعام 2020 تمت «إعادة إحياء هذا الخطاب وهذه اللّغة بمنسوب أعلى». وفي تاريخ 11 - 8 - 2020 عادت لتردّ على بعض منتقدي رموز الخط السياسي الذي تدعمه: «في ذهنه المريض وكتاباته السيئة وتصريحاته المقيتة».

2 - «أن بي أن» NBN

اكتفت محطة ال -NBN بسرد عناوين أبرز الأحداث الحاصلة على الساحة السياسيّة من دون توجيه اتهامات أو انتقادات لأي من الأطراف السياسية أو الإعلامية، باستثناء يومَي 8 8- - 2020 و 9 - 8 - 2020 حيث انتقدت الأعمال التّخريبية التي جرت خلال تحرّك دعا إليه مؤيّدو حراك 17 تشرين وأسموه بـ» يوم الحساب»: «مواجهات بين متظاهرين أكملوا تكسير ما بقي صاغ منها» (بيروت)، «ليلة مجنونة من التظاهر والاقتحام والتخريب والاعتداء على القوى الأمنية والعسكرية». إلّا أنّ محطّة الـ « أن بي أن» شكّلت أنموذجًا راقيًا من خلال خطابها الداعي للتهدئة، والذي يبثّ الأمل في نفوس المشاهدين. وهذا ما برز في مقدّمة يومَي 6 - 8 - 2020 و 9 - 8 - 2020 «بيروت تتألم كثيرًا لكنها لا تموت، قدرها الصبر والصمود سبيلًا للانتصار مهما كانت العاصفة هوجاء»، ومن بوابة انتقادها للأعمال التخريبية التي حصلت في التظاهرة، تساءلت: «هل يصبّ في مصلحة حال التضامن الوطني المطلوب بعد هذه الكارثة؟».

3 - «المنار» Al Manar

وجّهت «المنار» في المقدّمات السبع المرصودة لها انتقادات لاذعة إلى خصوم المقاومة السياسيين من دون تسميتهم بالأسماء، وذلك من باب الرد على الحملات الإعلامية المُمنهجة ضد حزب الله.

مثلًا في تاريخ 5 - 8 - 2020: «حين يجرحها من يدّعي بلسمة جراحها بشيء من الحقد وكثير من الانصياع والارتهان»، «كيف أنّ بعض الأيادي التي كانت تخنقها منذ ساعات باتت تدعي اليوم مساعدتها وتبكي دموع التماسيح»، «محاولين الأخذ من مرفئها المشتعل شرارة لإشعال حرائق في الوطن المحترق»، «الاستثمار السياسي والإعلامي للأزمة». وفي تاريخ 6 - 8 - 2020: «فوق أوجاع الناس، يحاول البعض

رفع راياتهم السياسية الذابلة»، «الدوران في فضاءات الخيال بل الوهم السياسي». وفي تاريخ7 - 8 - 2020: «بعض النماذج السياسية والإعلامية»، «الظالمين الكذابين المزوّرين للحقائق والدافعين إلى الحرب الأهلية»، وفي معرض الحديث عن السيد حسن نصرالله قالت أنّه «يترفّع عن الصغائر السياسية وصغار الحاقدين».

في تاريخ 8 - 8 - 2020 أكملت الردّ بصيغة الغائب غير المباشر: «ممّن شاركوا بسرقتها ونهبها وإفسادها (الدولة)»، «أولئك الذين تعاهدوا مع الشيطان على المضي بمشاريعهم السياسية والإعلامية إلى حدود الخراب».

وفي تاريخ 9 - 8 - 2020 رفعت سقف الانتقادات لتخوين من يصوّبون سهامهم على رموزها إعلاميًا: «يواصل بعض اللّبنانيين إفلات أيديهم من المسؤولية لحسابات شخصية وشعبوية أو بإيعازات داخلية أو خارجية»، وأشارت بشكل مباشر إلى النواب والوزراء الذين قدّموا استقالتهم «ما زال الراقصون على الدم يعتلون المنابر ويقدّمون استقالات شعبوية بدل تحمّل المسؤولية».

في تاريخ 10-8-2020 أكملت ردّها على بعض وسائل الإعلام التي هاجمت رموزها: «صراخ بعض الشاشات بلغة تستبطن من الابتذال كثيرًا من الإفلاس»، «بعض الاحزاب واقفة على رؤوس أصابعها تحاول وتناور». كذلك في تاريخ 11-8-2020: «يواصل آخرون اقتناص فرصة هذه الحادثة ليمارسوا هوايتهم الدائمة بالرقص على الدماء»، «لا يزال السياسي التاجر يضغط على جرح الضحية بيروت، وينكا به لعل ذلك يسهم في إيصاله إلى مراده، ويرافقه الإعلام الفاجر الذي أخذ من أول لحظة – وبناءً على أمر عمليات معروف – في توظيف الحادثة ورمي سهام الاتهام السياسي بفجور ليس له حدود، متماهيًا مع السياسي التاجر في الرقص على أشلاء الضحايا، غير آبه بكل المشاعر الإنسانية، وضاربًا عرض الحائط بكل المعايير الإعلامية والمهنية... هؤلاء ما هم سوى أدوات يريدون الاستثمار في هذه الحادثة المأسوية على حساب آلام الجميع، ولا هَمّ لهم سوى تحقيق مآربهم الدنيئة».

كما انتقدت تحرّكات احتجاجية دعا إليها مؤيدون لحراك 17 تشرين، وذلك في تاريخ 8 - 8 - 2020: «ما نجا من بيروت من تدمير الفساد والإهمال، سيتكفّل بتدميره مفتعلو الشغب ومستغلو وجع الناس». كذلك الأمر في تاريخ 9-8-2020: «استغلال الشارع من قبل محازبين معروفين يريدون إحراق البلد ليدفئوا زعماءهم من البرد السياسي

القارس الذي يصيبهم».

وفي تاريخ 10 - 8 - 2020: «سارع البعض بسهامه ظنًا أن ركوب أمواج الوجع والغضب الشعبي وتحويلها إلى شغب يومي»، «مشاهد انفعاليّة في بعض الزواريب والشوارع».

4 - «ام تي في» MTV

شكّلت قناة «أم تي في» أداة دعاية واضحة للتظاهرة التي دعا إليها مؤيّدون لحراك 17 تشرين: «بدأ الثوار يجمعون صفوفهم لإعادة النفخ في أشرعة التغيير» (في تاريخ 6 - 8 - 2020)، وفي تاريخ 8 - 8 - 2020-: «ثورة الكرامة والرغيف ولدت من جديد، وعاد النبض والحشد إلى ساحة الحرية»، «ليُعلّق المشانق لمسؤولين ولرموز الفساد بدءًا من رأس الهرم، وكلّن يعني كلّن»، «الثورة اليوم أعادت إثبات قوّتها وديناميتها». كما وصفت هذا التحرّك في تاريخ 9 - 8 - 2020 بـ«النهر البشري الذي غمر وسط العاصمة».

الانتقادات كانت حاضرة في مقدّمتها على مدى الأيّام السبعة. ففي تاريخ 5 - 8 - 2020 وجّهت الانتقادات إلى رئيس الجمهورية ميشال عون و«عدد لا بأس به من النواب والوزراء»، فتوجّهت إليه مباشرة بـ« السيد عون» قائلة «الفخامة لا تتناسب وبؤس شعبك»، «المنظومة الفاسدة التي أتت بك إلى الرئاسة»، وحمّلته مسؤولية ما حصل: «ألا تدري أنك المسؤول الأول في البلاد وبالتالي فأنت تتحمّل المسؤولية الأولى؟» ثم أردفت داعية إياه للاستقالة: «استقل فورًا».

وفي تاريخ 6 - 8 - 2020 توجّهت بالانتقاد المباشر إلى كلٍ من رئيس مجلس النواب نبيه برّي، رئيس الجمهورية ميشال عون، ورئيس الحكومة حسّان دياب بالقول: «فساد إدارتكم ورجالكم وتبعيّتكم العمياء للدويلة» غامزة من قناة حزب الله. وفي تاريخ 7-8-2020 وجّهت انتقاداتها إلى أطراف سياسية غير محدّدة، وبالاستناد إلى التعميم: «مثل هذه السلطة»، «السلطة هي المجرمة، هي التي قتلت الناس وشرّدتهم، هي من ألحقت الأضرار بالعاصمة، بل هي التي استقدمت الزلزال إلى قلب لبنان»، «السلطة المتهمة والحامية». وأكملت لتتوجّه إلى أمين عام حزب الله من بوابة الرد على الرد «نصرالله هاجم الإعلام».

في تاريخ 8 - 8 - 2020 وجّهت الانتقادات إلى سياسيين من دون تحديد أسماء: «منظومة فاسدة ومفسدة ومن حكام باعوا ضميرهم على مذبح تكالبهم على المال وباعوا شعبهم على مذبح شهوتهم إلى السلطة». وفي تاريخ 2020-8-9 أكملت في منطق التعميم: «الهيكل الكرتوني للسلطة»، «السلطة المتسلطة بكاملها» متهمة إياها بالفساد « زواريب علي بابا الحكومية والرسمية».

وفي تاريخ 10 - 8 - 2020 اعتبرت أنّ الحكومة «كانت ساقطة بالمفهوم الأخلاقي للكلمة وبالمفهومين السياسي والشعبي»، وعادت لتصف الدولة بـ»الفاشلة». وفي تاريخ 11 - 8 - 2020 دعت المسؤولين السياسيين إلى تحمّل مسؤولياتهم باعتبار أنّهم مقصّرون، لكن من دون تحديد الأسماء: «أيّها المسؤولون، كونوا مسؤولين حقًا لمرة واحدة»، وأكملت لتهزأ بتجربة الحكومة المستقيلة معتبرة أنّ «التجربة الأفشل» كانت «لحكومة حسان دياب».

5 - المؤسسة اللّبنانية للإرسال «ال بي سي» LBC

الانتقادات كانت حاضرة في أربع مقدّمات لقناة «ال بي سي» وغابت عن ثلاث. بشكل عام، كانت موجّهة إلى أطراف سياسية وإعلامية غير محدّدة، وإن أشارت إلى مراكز معيّنة يتبوّؤونها. مثلًا في تاريخ 5 - 8 - 2020: «تحالف الإهمال منذ عام 2014، تاريخ إدخال المواد الممنوعة والشديدة الانفجار»، «المسؤولون كثر في هذه القضية: وزراء أشغال، لجان أشغال نيابية، رؤساء أجهزة أمنية...»، «هناك رؤساء حكومات وسياسيون تعاقبوا على تغطيتهم». وفي تاريخ 7 - 8 - 2020 لجأت إلى التعميم متهمة جميع الأطراف السياسية بالتقصير: «السلطة السياسية في عجز وغيبوبة»، «الجميع خصّن... جميع من كانوا في موقع المسؤولية». حتى أنّها تكلّمت باسم جميع المواطنين اللبنانيين من أجل عدم تأييد إجراء تحقيق محلي بالانفجار والمطالبة بتحقيق دولي، متسائلة: «من قال أنّ الشعب يثق في تحقيقاتكم؟» وفي تاريخ 8 - 8 - 2020 أكملت في أسلوب التعميم ذاته: «السلطة تائهة»، «هذا الضياع والتيه لدى السلطة».

في تاريخ 9 - 8 - 2020 تكلّمت بلهجة ساخرة عن المسؤولين متهمة إيّاهم جميعًا بالفساد: لبنان أصبح «جمهورية فساد، بعزق ما لا يقل عن مئتي مليار دولار وليس فيه إدارة متل الخلق وكهربا متل الخلق... بسبب إدارة سياسية سيئة أدارت إدارة فاسدة، وهذه الإدارة بشقّيها السياسي والإداري لا تؤمن على قرش». وفي تاريخ 2020-8-6

اتخذت موقفًا مؤيّدًا للتظاهرة التي دعا إليها منظّمو حراك 17 تشرين: «بعثت روح الثورة مجددًا».

6 - «الجديد» Al Jadeed

كانت قناة «الجديد» أكثر المحطات حدّة ومباشرة في توجيه الانتقادات وتحميل المسؤوليات إلى السياسيين، وقد فعلت ذلك طوال الأيام السبعة التي رصدناها. ففي تاريخ 5 - 8 - 2020 توجّهت إلى «ثلة وزراء ومديرين عامين وقضاة وصولًا إلى رؤساء حكومات متعاقبين منذ عام 2013» وخاطبتهم مشيرة إلى «فسادكم، سابقين ولاحقين». وأكملت «الجريمة لها جرمها المشهود وفاعلوها ساطعون ككتلة نار المرفأ، وليسوا في حاجة إلى دليل ودمغة وشهود إثبات»، «من سرق البلد طوال 30 عامًا لا بل وزرع الموت بيننا».

وفي تاريخ 6 - 8 - 2020 علّقت على زيارة الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون معتبرة أنّ «أفراد الطبقة السياسية أصيبوا بدمار شامل جراء بهدلة فرنسية».

في تاريخ 7 - 8 - 2020 انتقدت رئيس الجمهورية مباشرة بالقول: «هي إهانة للدماء أن يخرج رئيس الجمهورية العماد ميشال عون إلى الناس متبرّئًا من المعرفة المسبقة»، «فيما ذهب السياسيون إلى استغلال ومتاجرة وحفلات التبرئة من جهة والاتهام المضاد». ولم تكتفِ قناة «الجديد» بتصويب سهامها إلى السياسيين، فوسّعت حلقة انتقاداتها، وذهبت أبعد للردّ على قناة تلفزيونية أخرى (تُعتبر حاليًّا داعمة للنهج ذاته أي ضدّ السلطة الحاكمة ومع خط حراك 17 تشرين)، وذلك من باب المزايدة عليها: «ادّعت قناة الـMTV أنّ قناة الجديد تراجعت عن قرار مقاطعة السياسيين وهذا لم يحدث».

في تاريخ 8 - 8 - 2020: لم تُشر إلى أفراد معيّنين بالأسماء لكنّها استخدمت شعارًا خاصًّا بحراك 17 تشرين لتحميلهم جميعًا مسؤولية انفجار مرفأ بيروت: «حتى وصل بهم الأمر إلى المتاجرة بالأرواح، فكانت كارثة مرفأ بيروت بتوقيع من كلّن يعني كلّن». في تاريخ 9-8-2020 توجّهت بالانتقاد المباشر إلى رئيس الجمهورية من أجل تحميله المسؤولية: «إذا كان قبطان السفينة السياسية لا صلاحية له على المرفأ».

في تاريخ 10 - 8 - 2020 لمّحت في انتقاداتها إلى مجموعة من الوزراء، والنواب، والمسؤولين الأمنيين، بطريقة ساخرة عبر وصفهم بـ «مجوقل سياسي حكومي نيابي

أمني حكم البلاد منذ عام ألفين وثلاثة عشر، كلهم تبلغوا وكلهم تنصّلوا»، مضيفة «هذه السلطة التي لم تقدم على إصلاح واحد هي سلطة تحت الركام».

في تاريخ 11 - 8 - 2020 أكملت تحميل المسؤولية إلى «طاقم حاكم فاسد» بحيث «أثبتت المراسلات أنهم جميعًا كانوا قد أخذوا العلم والخبر بها، وهذا ما أكدته مستندات اطلعت عليها وكالة روتيرز للأنباء». وأكملت في المباشر لتسمّي مجموعة واسعة من الأحزاب: «وهذه المساعي يشترك فيها الجميع من حزب الله، ورئيس مجلس النواب، ورئيس التقدمي، والقوات، والمردة، والتيار الأزرق، والثاني البرتقالي، ولا استثناءات لأحد، لا بل أن حزب الله في طليعة الانغماسيين في توليف الطبخة مع مافيا الحكم وكله لمصلحة الوطن».

كما شاركت في الحشد الجماهيري للتظاهرة التي دعا إليها مؤيّدو حراك 17 تشرين، من خلال دعوة الجميع «إلى الالتحاق بتظاهرة الغد، والمطالبة في محاكمة السياسيين المتسببين بخراب البلد» في تاريخ 2020-8-7. وفي تاريخ 2020-8-8 اعتبرت هذه التظاهرة مناسبة لإعادة تجديد زخم الحراك: «بعثت ثورة الثامن من آب من رحم السابع عشر من تشرين».

خلاصة البحث:

في هذه الورقة بحثنا في كيفية تعاطي وسائل الإعلام المرئية في لبنان مع كارثة إنسانية، واقتصادية، واجتماعية بحجم وطن كان تسبّب بها انفجار مرفأ بيروت في 4 آب، وذلك على ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تقتضي من وسائل الإعلام التعامل مع الأزمات بوعي وحكمة.

لقد شكّل هذا الحدث اختبارًا حقيقيًا لكيفية تعاطي وسائل الإعلام المرئية في لبنان مع الأزمات، حيث أنّ الخطاب الإعلامي، إذا لم يكن مسؤولًا في أوضاع حساسة، قد يهدّد السّلم الأهلي ويُسهم بانزلاق البلاد نحو الفتنة. بشكل عام، تمكّنا من إثبات الفرضيّات التي انطلقنا منها، ومفادها: أنّ المحطّات التلفزيونية الخاصّة في لبنان تشكّل أبواقًا للأحزاب السياسية التي توظّفها في سبيل تقاذف الاتهامات؛ أنّها تلجأ إلى التعميم من خلال التّلميحات المُبطّنة وتحميل المسؤولية إلى جميع الأطراف السياسية؛ وأخيرًا أنّها تتجاهل المسؤولية الاجتماعية المترتبة عليها تجاه الرأي العام من خلال عدم احترام المعايير الأخلاقية المتعارف عليها عالميًا.

إلّا أنّنا سجّلنا استثناءً على صعيد محطّة تلفزيونية واحدة هي «أن بي أن»، حيث لم يحصل أي انتهاك للأخلاقيات الإعلامية، لا بل أنها أظهرت عن وعي وإدراك لمسؤوليتها عبر اعتماد خطاب وازن وداعٍ إلى التهدئة.

في ما يلي أبرز الخلاصات المتعلقة بكل محطة تلفزيونية:

- شكّلت قناة الـ«أن بي أن» استثناءً على مستوى التعاطي مع هذا الحدث، إذ لم تكن شريكًا كما باقي المحطّات في الحرب السياسية-الإعلاميّة ولم تشكّل منبرًا لسيل الانتقادات والاتهامات المتبادلة بين الأطراف السياسية والإعلامية، بل اعتمدت خطابًا داعيًا للتهدئة. وعليه، لم تتأكّد صحة الفرضيّات الثلاث التي قدّمناها بالنسبة إلى هذه المحطة.

- كانت قناة «ال بي سي» الأقل انتهاكا للأخلاقيات الإعلامية، حيث سجّلت خرقًا واحدًا لجهة الانحياز إلى طرف معيّن وهو الحراك الشعبي الذي دعا إلى تحرّك احتجاجي في الشارع. إلا أنّ خطابها الإعلامي لم يكن تحريضيًا، وهذا يعني أنّها احترمت إلى حدٍ كبير المسؤولية الاجتماعية المترتبة عليها تجاه الرأي العام في فترة حساسة، من خلال عدم المساس بالسلم الأهلي؛ وهذا ينفي صحة فرضيتنا الثّالثة بالنسبة إلى هذه القناة.

من جهة أخرى، قد تكون فكرة عدم تبعيّتها بشكل مباشر لأيٍ من الأحزاب الموجودة في السلطة عاملًا مؤثرًا في اتخاذها موقفًا مؤيّدًا لما يمثله الخط المناهض للسلطة الحاليّة وهو حراك 17 تشرين، وتوجيهها بالتّالي انتقاداتٍ للخط الآخر، لكن هذا المؤشر قد لا يكون كافيًا لتثبيت فرضيّتنا الأولى. إلّا أنّ المحطة وجّهت انتقاداتٍ إلى أطراف سياسية غير محدّدة واتهمتها بالفساد من دون تسميتها، الأمر الذي يثبت صحة فرضيّتنا الثانية.

- برزت الانتقادات في المقدّمات السبع لنشرات أخبار «المنار» وذلك من بوابة الردّ على الانتقادات الإعلامية والسياسية التي طالت رموز خطّها السياسي، الأمر الذي يثبت صحة الفرضية الثانية. كما أنّ المحطة كانت في موقع الدفاع في مقابل هجوم تتعرّض له إعلاميًا، وهذا قد يثبت الفرضية الأولى التي انطلقنا منها. أمّا ارتكاب المحطة 7 خروقات للأخلاقيات الإعلامية، فيثبت صحة الفرضية الثالثة التي طرحناها.

- وجّهت قناة الـ«او تي في» في مقدّمات نشراتها الإخبارية انتقادات بصيغة الغائب من دون تحديد الأطراف بالمباشر، واستخدمت تعابير ضبابية مثل «الطبقة السياسية». أبرز انتقاداتها جاءت في معرض الردّ على انتقادات من وسائل إعلامية أخرى طالت رموز خطّها السياسي، وهذا يؤكّد صحّة الفرضيّتين الأولى والثانية. كذلك، تأكدت صحة الفرضية الثالثة نظرًا لارتكاب المحطة 11 خرقًا للمعايير المهنية.

- كانت قناة «الجديد» ثاني أكثر المحطات خرقًا للأخلاقيات المهنية، حيث سجّلت 12 خرقًا موزّعًا بين التعرض لرئيس البلاد، خطاب كراهية، استخدام لغة اتهامية وانحياز لطرف معيّن، وهذا يؤكد فرضيّتنا الثالثة لجهة عدم احتكام الوسائل الإعلامية إلى المسؤولية الاجتماعية المترتبة عليها. كذلك، يمكن القول أنّ عدم تبعية «الجديد» بشكل مباشر لطرف معيّن موجود في الحكم أسهم في وضعها مباشرة في الخط المعارض للسلطة، فدعمت الحراك ووجّهت الانتقادات لأحزاب السلطة عمومًا حيث اتخذت موقع الهجوم على الجهات السياسية والإعلامية التي تخالفها الرأي. لكنها كانت أكثر من انتقد بالمباشر، فصوّبت على رئيس الجمهورية، وحزب الله، ورئيس مجلس النّواب، ورئيس التقدمي، والقوات، والمردة، وتيار المستقبل، والتيار الوطني الحر.

- كانت «ام تي في» أكثر المحطات التلفزيونية خرقًا للأخلاقيات المهنية حيث سجّلت 13 خرقًا، وهذا يثبت فرضيتنا الثالثة لجهة عدم احترام المسؤولية الاجتماعية المترتبة عليها تجاه الرأي العام. ومع أنّنا أثبتنا فرضيّتنا الثانية نظرًا إلى أنّ الانتقادات كانت غير محدّدة، واستندت إلى التعميم، وتحميل المسؤولية إلى الأطراف السياسية كلها، إذ تقع في متلازمة «الجميع متواطئ» أو «الجميع فاسد» Syndrome du “Tous complices” ou du “Tous pourris” (Finger & Moatti, 2010, p.46)، إلّا أنّها توجّهت بالمباشر إلى بعض الأطراف السياسية والاحزاب. وعليه، تتثبّت أيضًا فرضيّتنا الأولى بما يخص خطاب «ام تي في» الداعم حاليًا لخط حراك 17 تشرين والمناهض لجميع مكوّنات السلطة الحالية، خصوصًا أن هذه القناة غير تابعة لأحد الأحزاب الموجودة في الحكم بشكل علنيّ.

في المحصّلة، تبيّن من خلال دراستنا أنّ خطاب الـ«او تي في» و«المنار» (وهما قناتان تابعتان بشكل مباشر لطرفَين في موقع الحكم) كان شاهدًا على حرب إعلامية - سياسية ويندرج بشكل أساسي ضمن نطاق الردّ على خطاب إعلامي آخر من «موقع

الدفاع». فيما شكّلت كل من «ام تي في» و«الجديد»، وبنسبٍ متفاوتة، منصّات لتوجيه انتقادات إلى الأحزاب الموجودة بالحكم، وكانتا في كثير من الأحيان من يستهلّ أو «يُشعل» هذه المواجهات الإعلامية، أي أنّهما كانتا في «موقع الهجوم». وبالتّالي، كانتا المحطّتين الأكثر تسجيلًا للخروقات المهنية والأقل احترامًا للمسؤولية الاجتماعية المترتبة عليهما تجاه الرأي العام.

أمّا محطّتا «أن بي أن» و«ال بي سي»، فكانتا الأكثر احتكامًا إلى هذه المسؤولية حيث اعتمدتا خطابًا وازنًا وهادئًا إلى حدٍ كبير.

في ظلّ كارثة بحجم وطن، من المفترض أن تترفّع وسائل الإعلام عن التلهي في زواريب السياسة الضيّقة، إلّا أنه تبيّن من خلال هذه الدّراسة أنّ المحطّات التلفزيونية في لبنان عمومًا تتحوّل في ظلّ الأزمات إلى منابر لبثّ الأحقاد، وكلّ ما يحرّض على إشعال الفتن من خلال خطاب الكراهية، خصوصًا حين تتضمّن مقدّمات نشرات الأخبار عناصر اتّهامية وتخوينية وتحريضية، بحيث تنعكس على الوضع النفسي للرأي العام لتتّخذ الأمور حجمًا أكبر ممّا تستحقّ بسبب تحليلات لا تتناسب والواقع.

لقد أكّدت دراستنا أنّ وسائل الإعلام بمعظمها لا تحترم المسؤولية الاجتماعية المنوطة بها. وبالتالي، يبدو أنّنا ندقّ ناقوس الخطر على صعيد الممارسات الإعلاميّة، إذ تتناسى وسائل الإعلام واجبها المتمثّل بوضع المصلحة العامة في المقدّمة، فتضع بدلًا من ذلك مصلحة مموّلها فوق كلّ اعتبار. من هنا، تبرز ضرورة إيجاد سُبل معيّنة لإعادة إنعاش دور وسائل الإعلام كـ«سلطة رابعة» وليس كأداة دعاية للسلطات السياسية ومتاريس صراع فيما بينها.

المراجع:

Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu.* Paris : Presses Universitaires de France.

European Union Election Observation Mission (2005). *Parliamentary Elections Lebanon 2005 final report*. Retrieved from http://www.eods.eu/library/FR%20LEBANON%202005_en.pdf

Finger, S. & Moatti, M. (2010). *L'effet-médias. Pour une sociologie critique de l'information*. Paris : L'Harmattan.

Grevisse, B. (2010). *Déontologie du journalisme. Enjeux éthiques et identités professionnelles*. Préface d'Antoine Garapon, Bruxelles : De Boeck, 296 p.

جريجيري، روي وشالوحي، كارلا. (2017).»الحراك المدني« في نشرات الاخبار التلفزيونية: إشكاليّة التغيير في ظل المنظومة الطائفية. **في** نهوند القادري عيسى (محرّر)، الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التّحولات (ص. 249-227). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

دويدري، رجاء. (2008). البحث العلمي أساسياته النّظرية وممارسته العملية. بيروت: الفكر المعاصر.

رمّال، علي ومخايل، طوني وصدقة، جورج. (2017). دراسة التغطية الإعلامية للانتخابات البلدية 2016. بيروت، لبنان: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي.

رمّال، علي ومقلد، ديانا وصدقة، جورج وفرنسيس، طوني وكرم، جان ويزبك، غياث، وغريّب، سعيد. (2008). الإعلاميون وأخلاقيات المهنة. الجمعية اللبنانية من أجل ديمقراطية الانتخابات، 154 صفحة.https://tinyurl.com/29xcnnjw

صدقة، جورج. (2009). الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع. بيروت: مؤسسة مهارات.

عبد المجيد، رمضان. (2013). مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام: قانون الإعلام الجزائري أنموذجًا. دفاتر السياسة والقانون.

العقاد، سما. (2016). التحقيق الميداني التلفزيوني- مدى التزامه المعايير المهنية والأخلاقية (الـ LBC والـMTV والجديد أنموذجًا)- رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال (مهني)، الجامعة اللّبنانية، بيروت، لبنان.

القادري عيسى، نهوند. (2013). الاستثمار في الإعلام وتحدّيات المسؤولية الاجتماعية: النموذج

اللبناني. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

القادري عيسى، نهوند. (2019). المهنة الإعلامية وأخلاقياتها في ضوء التطوّرات التكنولوجية والاتصاليّة. الاتصال والمعلومات: تحوّلات في ممارسات المهنة الإعلامية في لبنان، مجلّة محكّمة (4)، 66-13. بيروت، لبنان: مركز الأبحاث في كليّة الإعلام.

نادر، جوسلين ومخايل، طوني. (2016). صور العنف في التغطيات الإخبارية للإعلام اللبناني. الموقع الإلكتروني لـ»مؤسسة مهارات»، تمّت معاينته في 19 آب 2020 على الرابط: http:// maharatfoundation.org/studies/images-of-violence

نزال، محمد (2019). جعجع يخسر LBC: أموال القوات خوّة. موقع جريدة «الأخبار» الإلكتروني، سياسية، على الغلاف، الجمعة 1 آذار 2019. https://al-akhbar.com/Politics/267050

الموقع الالكتروني لمرصد ملكية وسائل الإعلام: https://lebanon.mom-rsf.org

https://lebanon.mom-rsf.org/ar/media/detail/outlet/lbci/

https://lebanon.mom-rsf.org/ar/media/detail/outlet/al-jadeed/

https://lebanon.mom-rsf.org/ar/media/detail/outlet/mtv/

https://lebanon.mom-rsf.org/ar/media/detail/outlet/OTV/

https://lebanon.mom-rsf.org/ar/media/detail/outlet/NBN/

https://lebanon.mom-rsf.org/ar/media/detail/outlet/al-manar/

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي
على الوعي التنموي

د. خالد العزي

الجامعة اللبنانية

Abstract:

This study highlights the role of social media in development through the availability of information and resources to raise awareness and activate the public participation to achieve the desired goals. The social media might be considered among the most important factors in advancing development plans and strategies through exposing the problematic relationship between community peace and development.

Raising awareness of the importance of citizenship, teaching the public the necessary skills needed, and changing the value system may increase the desire in having a developed economy and modern society and providing the resources and strategies needed to execute the media development plan.

مقدمة:

يعدّ الإعلام التنموي اليوم فرعًا أساسيًا ومهمًا في عملية النشاطات الإعلاميّة والاجتماعيّة. ويعود الفضل الأوّل لهذا الاهتمام إلى الباحث «ولبر شرام» الذي وضع في كتابه تحت عنوان:« وسائل الإعلان والتنمية». حيث بحث في دور الإعلام التنموي وأهميته في إحداث التغيير والتّطوير في المجتمعات الفقيرة والمتطورة. ممّا أسهم بوضع ركائز جديدة في عالم الإعلام التّنموي، ولأنّ التّنمية اليوم أصبحت تشاركية في مفاصل الحياة الاجتماعية كلّها، ممّا دفع بالإعلام لأن يكون شريكًا فاعلًا في عمليّة التّطوير للمفاهيم التّنموية.

يشكّل البحث نقطة جديدة في عمليّة ربط التّنمية الاجتماعيّة والاقتصاديّة بالإعلام الاقتصادي.

تشكّل التّنمية عاملًا مهمًّا في عملية التّغيير الاجتماعيّة، والثقافيّة، والاقتصاديّة، وفي تطوّر المجتمعات ممّا يسهم بتعزيز السّلم الأهلي والاجتماعي، وهذه العمليات المخطّط لها أو التّلقائي هي من أجل الوصول إلى الرّفاهية للأفراد والمجتمعات. وهذا الأمر يتطلب مساهمة الأطر كلّها، والوسائل التي تساعد في تغير الذهنيات، والسلوكيات، والتفكير الاجتماعي والاقتصادي. من هنا، يكمن دور الإعلام الجديد كرافد للتنمية وشريكًا بنشر الوعي الذي يستخدم الثورة التكنولوجية الحديثة ووسائلها في نشر القيم والسلوكيات المساعدة بعدما سمحت وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من الوسائل فتح النقاش والتداول في الأمور كلها بين شرائح المجتمع كافة.

تكمن أهميّة البحث في إلقاء الضّوء على دور المشاركة في التنمية من خلال وسائل الإعلام لإنجاح العمليّات التّنموية، ومراحلها بصورة شاملة، وهادفة، وفي توفير المعلومات، والطاقات، لحشد الرأي العام وتفعيل مشاركته لتحقيق الاهداف المنشودة.

كما يهدف البحث إلى التخلص من براثن التقاليد البالية، والاهتمام بكيفية الاستفادة من التطبيقات، والموارد لتحديث وتغيير المجتمع نحو سلم أهلي اجتماعي، والتعرف إلى كيفية استغلال الإعلام الجديد، وتحديدًا في وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق المنفعة بعدالة وإنصاف.

وينطلق البحث من الأسئلة الآتية:

1-إلى أيّ مدى تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي التنموي.

2-هل تسطيع وسائل التواصل الاجتماعي أن تغيّر في سلوكيات التنموية في المجتمع.

3- كيف يمكن لهذه التطبيقات التكنولوجية توظيفها في عملية التأثير على الرأي العام لنشر ثقافة الوعي التنموي.

وذلك عبر تغيّر في المواقف والآراء، وفي البنية الثقافية، والسلوكية لإحداث تغير يسهم في المشاركة الفعّالة وتقبّل الطروحات التنموية الجديدة، حيث تشكل وسائل التواصل الاجتماعي دورًا رئيسًا في عملية التغيير.

من هنا، تكون الفرضيات:

1 - لم تغيّر وسائل التواصل الاجتماعي في وعي المواطن التنموي.

2 - غياب تأثير ثقافة وسائل التواصل الاجتماعي للوعي التنموي.

3 - تطلع وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الرفاه الاجتماعي عن الرأي العام.

إنّ المنهج المتبّع في البحث هو المنهج الوصفي التحليلي في عرض المعلومات وتحليلها بصورة وصفية عمّا وجد للوصول إلى النتائج.

1 - علاقة التّنمية بالإعلام.

يعتبر الإعلام التنموي قضية إرادة، ومسألة إدارة تتوجه بموجبها تنشيط الجهود في المجتمع وفقًا لأقصى ما تسمح به إمكاناته إلى تحقيق الآتي: تعميق أسس المشاركة السياسية في اتّخاذ القرار على المستويات جميعها .تهيئة البيئة الثقافية التي تسمح بأقصى إمكانيات العطاء، والإبداع، وتحقيق الذات .ـ توفير ضمانات الأمن الشامل على مستوى الفرد، والمجتمع الوطني .ـ .ـ تكوين قاعدة لإطلاق طاقات إنتاجية ذاتية ودائمة، تأكيد ضرورة الترابط بين الجهد والمكافأة .ـ توفير الاحتياجات الأساسية، ومتطلبات الوجود الحيوي .ـ تهيئة المجتمع لأداء رسالته الحضارية.

ويمكن أن تستخدم وسائل الإعلام بطرائق مختلفة باختلاف القوى والأنظمة والسياسات، وهذا بدوره يحدّد مهامها الحالية والمستقبلية.. فالإعلام قادر، إذا أحسن استخدامه، على خلق المناخ الضّروري لتجسيد الأهداف المرجوة لمشاركة الأفراد كلّها في قضايا المجتمع، وإيجاد بذور المكونات الحيوية كالابتكار، وإثارة دافع الإنجاز، وإرساء الطموحات التّربوية، والتّعليمية، والاقتصادية، والمهنية، وتعليم المهارات الأساسية. وإذا ما استخدم فعلاً بطريقة صائبة يصبح أداة فعالة لتحقيق التكامل الوطني.

ـ خصائص الإعلام التنموي:

إنّ الإعلام التنموي بشكل عام له خصائص تحدد أهميّته ودوره لأنّه:

ـ**إعلام هادف:** حيث أنّه يسعى إلى تحقيق أهداف المجتمع الأساسية ومصالحه الجوهرية، فهو يقوم بتهيئة الأجواء المناسبة لغرض إنجاح الخطط التّنموية، كما ويهدف بالدرجة الأساس إلى تعزيز قدرات الجمهور من أجل المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والقضايا التي تهمّ المجتمع الذي يعيشون فيه.

-**مبرمج ومخطط:** يرتبط بخطط التنمية ومصالح المجتمع.

-**شامل ومتكامل:** فهو إعلام شامل يرتبط بنواحٍ اقتصادية، وسياسية، واجتماعية، وثقافية تربوية، ويسعى إلى إقناع الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي لتحقيق أهداف التنمية.

-**إعلام متعدد الأبعاد**: حيث تتعدّد أبعاده لتشمل الأبعاد الصحية، والاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية.

-**إعلام واقعي:** فهو إعلام واقعي في أسلوب معالجته لمسائل المجتمع وطرحها ويعبر عن هموم الناس وتطلعاتها وقابلاً لمسايرة القضايا المستجدة، يستند إلى الوضوح في التعامل مع الجمهور والثقة المتبادلة.

-**حديث ومتطور ومتفتح:** حيث يستخدم أساليب مشوّقة حديثة، ويستفيد من خبرات، وتجارب الدّول، والمجتمعات الأخرى.

-**أنواع الإعلام التنموي**:

هناك ثلاثة أنواع من الإعلام التنموي، وهذه الأنواع تختلف بحسب استخدامها، وهي:

1- الإعلام الجماهيري :والذي يشمل وسائل صحافة مطبوعة، الصحافة الالكترونية، تلفزيون، إذاعة.

2- الإعلام المباشر :أي الإعلام الصادر من منظمات المجتمع المحلّي، والذي يشمل لقاءات مفتوحة مع أفراد المجتمع المحلي (المستهدف) وإصدارات مطبوعة أو مسجلة.

3- الإعلام التفاعلي: إعلام التواصل الاجتماعي، والتّطبيقات الإلكترونية المرتبطة بشبكات الاتصالات الدولية.

وهذه النّقاط الثلاثة هي التي تظهر دور الإعلام في شراكتها الفاعلة في إيجاد حلول للمشاركة في التنمية المستدامة، وتفعيل مفاعيلها (محمد عبد القادر أحمد، دور الإعلام في التنمية، 1982، ص143).

2 - دور الإعلام الاقتصادي في التنمية.

يشير مفهوم «التنمية الاقتصادية» إلى الإجراءات المستدامة والمنسقة التي يتخذها صناع السياسة والجماعات المشتركة، والتي تسهم في تعزيز مستوى المعيشة والصحة

الاقتصادية لمنطقة معينة.

فإنّ لإعلام التنمية الاقتصادية أدوار كثيرة، ومن ضمنها دوره في التنمية بمجالاتها المختلفة، وفيما يلي نستعرض أهم أدوار الإعلام في التنمية الاقتصادية، هي:

-التّعريف بالمنجزات الاقتصادية التي حقّقها الوطن.

-التّعريف بالقضايا والتّحديات الاقتصادية، كارتفاع أو انخفاض أسعار النفط، والبطالة، الكوارث الطبيعية، ووجود أنظمة، ولوائح معقدة، وغير واضحة.

-التعريف بالفرص الاستثمارية

-تقديم معلومات للمجتمع بأوجه الفساد في القطاع الاقتصادي،

- متابعة التطورات الاقتصادية في داخل البلد وخارجه؛

-توعية المجتمع بضرورة التّصرف بحكمة مع التقلبات الاقتصادية، مثل ارتفاع الأسعار والتضخم، ورعاية المناسبات العلمية التي تتناول هذه المواضيع.

-تشجيع مختلف الجماهير للتفاعل مع المواضيع الاقتصادية، ومن ذلك فتح المجال لكتابة المقالات، وإجراء الحوارات مع قادة الرأي، وتنظيم الندوات واللقاءات العلمية.

تحديد معوقات التنمية:

تعاني التمنية في الدول النامية من العديد من المعوقات والمشاكل التي ينبغي أن يكون هناك تعاون بين الحكومة وأفراد المجتمع لتحقيق التنمية بهدف تحسين الأوضاع الاجتماعيّة والاقتصاديّة كلّها وأيضًا الثقافية في المجتمع؛ لذلك، نجد أنّ هناك تفاوتًا في القدرة على تحقيق التنمية، فالدول المتقدمة، وعدد من الدول أصبحت على ما هي عليه بفضل تحقيقها للتنمية على أفضل وجه، بينما في الدول النامية لا يزال هناك معوّقات تحُد من وصولها إلى تحقيق التنمية المرجوة، مما جعلها من الدُول التي يتطلب العمل والمشاركة في الكثير من المجالات، وهذه المعوّقات كما يأتي:

3 ـ المعوّقات الاجتماعيّة، وهي :

- العادات والتقاليد السلبية مثل ثقافة العيب، وهي تتمثل في كره المجتمع لبعض الوظائف كالنجارة، والحدادة، والزراعة، وعامل النظافة، حيثُ يخجل الفرد العمل بهذه الوظائف خوفًا من نظرة المجتمع الساخرة له.

- زيادة عدد المواليد فيما يُعرف بالانفجار السكاني.

- عدم اعتناء الأفراد بصحتهم.

-عدم الاستقرار الاجتماعي كالطلاق، والمشاكل العائلية بأشكالها.

- عدم تنمية مواهب الأفراد وتشجيعهم.

4 - المعوّقات الاقتصاديّة، وهي:

- الخلل في هيكل الاقتصاد.

-النّمو المتسارع للسكان ومتطلباته الماليّة، والاقتصادية، والبيئية.

-الافتقار إلى رؤوس الأموال.

- سوء الإدارة والفساد.

- مديونية الدّولة وتزايد الفوائد.

-غياب حقوق الملكية..

- الاستغلال المفرط للمواد البيئية غير المتجددة. تغير المناخ.

5 -المعوّقات السياسيّة، وهي:

-التدخلات السياسية الخارجيّة بالتّوجهات والقرارات الاقتصادية و والمالية.

-.ضياع في اتخاذ القرارات الصحيحة لغياب الكفاءة.

-الاستجابة للشروط الممولين من الخارج لمعظم مشاريع الدّول النامية.

6 -المعوّقات البشريّة، وهي:

يُقصد بها قلّة عدد الأخصائيين الذين يستطيعون القيام بإدارة التنمية، حيث تفتقر العديد من مؤسسات الدولة إلى وجود كفاءات ذي قدر عالٍ من الخبرة في مجال التنمية ممّا يُؤدي إلى سوء إدارة التنمية، وهذه المُشكلة جاءت نتيجة عدم توفر مؤسسات تُعنى بتأهيل أفراد قادرين على إدارة التنمية بالشكل الصحيح والمطلوب.

1- دور وسائل التواصل الاجتماعي:

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

تعرف بأنّها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. وهي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيه بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.)

وشبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون، وفي أي مكان من العالم، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر، والتي تتشكل من خلال الأنترنت، وتسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتّصال، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر(حمودة 2013، ص23-22).

إنّها إحدى وسائل العالم الحديثة، وهي مجتمعات إلكترونية افتراضية

والهدف من هذه الشبكات هو تبادل الآراء، والأفكار، والتّقدم بمقترحات، وحلول للمشكلات التي تواجه المتشاركين في الحوار، فهي عبارة عن: شبكات إلكترونية تجمع مجموعة من الأفراد ذي ميول واتجاهات متقاربة أو مختلفة تسمح للمشتركين فيها من الأعمار والأجناس كلها بإنشاء حساب خاص بهم، وتقدم لهم مجموعة من الخدمات من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بينهم في أي وقت يشاؤون، وفي أي مكان في العالم من خلال مجموعة من الطرق، مثل: المحادثة، والبريد الإلكتروني، والرسائل، والفيديو، وتبادل الملفات، والمدونات، والمحادثات الصوتية، وغيرها.. (أبو يعقوب، 2015، 37).

2-أهميّة الاتصال الاجتماعي:

تُعدّ سهولة الاتصال ميزة مُضافة لهذه الوسائل، فظهور هذه الوسائل أدّى إلى إلغاء الاعتماد على خطوط الهواتف الأرضية، أو حتى استخدام البريد العادي، فكلّ ما يتطلّبه الأمر للاتصال عبر هذه الوسائل هو وجود جهاز هاتف ذكي أو كمبيوتر يتمّ استخدام

أحد تطبيقات التواصل الاجتماعي عليه.

فالإنسان بإمكانه أن يقوم بنقل معلومة مُعيّنة إلى الجهة الأخرى من الكرة الأرضيّة في غضون ثوان مَعدودة، أو دقائق على أبعد تقدير، ويعود السّبب لوجود العديد من البرمجيّات الهامّة والتي سَهّلت علينا عمليّة تناقل المَعلومات، على سبيل المثال، يشتهر موقع الفيسبوك بأنّه موقع تواصل اجتماعيّ ضخم، وهو أشهر موقع تواصل في العالم والذي أنشِئ عام 2004.

3-الأمن الاقتصادي.

بما أنّ الأمن مهدد بالانهيار أو بالفقدان لدى شريحة كبيرة من المواطنين اليوم، عبر الفقر أولاً، ثم انخفاض الدخل، والبطالة. ونظرًا لكل هذه الأزمات والتّهديدات ببروز نتائج مخيفة ومرعبة على الصّعيد الاجتماعي كزيادة نسبة الانتحار والجرائم الجماعية. وفي انتظار استراتيجيات الدولة في معالجة هذه القضايا نعوّل على دور الإعلام في كافة وسائله في المساهمة، وإيجاد سبله واستراتيجيته الخاصة لمعالجة هكذا قضايا على أساس تعريف الإعلام بأنّه: «هو التّعريف بقضايا العصر، وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النّظريات، والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليًا وخارجيًا، وبالأساليب المشروعة أيضًا لدى كل نظام وكل دولة.

من هنا، وفي ظلّ هذا التّطور السريع للتكنولوجيا والاتّصال، ومذ أصبح الإعلام شريكًا حقيقيًا نرى أنّ الإعلام بات يعي مسألة فعاليته في إنتاج الوعي، ونشر الثقافة الاقتصادية وغيرها في المجتمع، كالتّعريف بالقوانين، والتشريعات، والإجراءات التنظيمية، وتكنولوجيا المعلومات، ووضع خطط استراتيجية على صعيد التنمية من كل جوانبها، عبر حشد الطاقات الإعلامية البشرية والمادية كلّها، وكافة المؤسسات العامة والخاصة، وهي القادرة على فعل الكثير من خلال مشاركة الناس في ندوات، وحلقات حوار، ونقاشات، وورش عمل، تعرف الناس بواجباتهم اتجاه مجتمعهم ودولتهم، وحقوقهم المدنية والمادية، لأنّ عملية الاتّصال تمثل الإعلام بجميع وسائله كحلقة وصل بين الرأي العام الذي يمثل الناس بجميع اتجاهاتهم واحتياجاتهم، من جهة، وصانعي القرارات في الدولة ومؤسساتها من جهة أخرى (سنا الحاج ، دور الإعلام في قضايا الأمن الاقتصادي والاجتماعي، موقع إلكتروني، 2016).

علاقة الرأي العام بالتّنمية:

لقد أثبتت البحوث الإعلامية العديدة قدرة وسائل الإعلام في أن تسهم بأحداث تغيير ما، بسلوك الأفراد والجمهور العام، وترسيخ اتجاهات جديدة، من خلال عملهم على تدعيم الاتّجاهات والقيم أكثر من تغييرها جذريًا، حيث أنّها تفضل أن تعبّر عن آراء واتّجاهات مقبولة من الأغلبية، وعن أنماط الاتجاهات والسلوك الطبيعية في المجتمع (خليل ابو اصبع،1999،ص179-178). وغالبًا، ما تمارس هذه الآراء وتأثيرها على سلوك الفرد والجماعة وسياسة الحكومة. (خليل ابو اصبع،1999، المصدر السابق ص179).

وفي ظلّ الأزمات، والتّهديدات، والمخاطر، تتسع دوائر المؤثرات على السِّلم المجتمعي الّذي يُشكّل الرّأي العام الواعي عصب تماسكه ومرتكز نجاته، وبمقدار توازن الرّأي العام يتحقّق الاستقرار أو تسود الفوضى، وتذكي الشائعات، والمعلومات المغلوطة، والأفكار المدسوسة، والإعلام المؤدلج، ووسائل الاتصال المجتمعي المندفعة شرارة الاهتزاز في بناء الرّأي العام وتدفع به نحو التصادم، والتّناحر، والانقسام.

ولمّا كانت التنمية بتفرعاتها المختلفة، أمرًا حيويًا ومهمًّا لنهضة المجتمع، لا بدّ أن يلتف الرّأي العام من خلال الإعلام، عبر موجات من الأخبار، والتّقارير، والآراء الّتي تكون محورها التنمية، من حيث الأهمية، والأهداف، والفوائد المستقبليّة، وانعكاسها على حياة البشر، وتقدم مستواهم المعيشي نحو الأفضل ضمن دائرة واسعة من الجدل، والنّقاش، والمحاورات التّنافسية على صفيحة متحرّكة من المتغيرات المتجدّدة بدخول عناصر إلى المنافسة، والجدال، وخروج عناصر أخرى، تعكس خلاصة ما يحدث من تفاعل وحراك لأفراد الجماعة، باعتباره طاقة لا نهائية ناتجة عن عملية تفاعل شعورية ولا شعورية تجاه مشهد حدث في بيئتهم وخلق توتر واضح يمسّ مصالحهم (محمد بن عويض الفايدي،2017،).

وقد لا يكون هناك إجماع عام حول تلك الأهداف لكن الوصول إلى غالبيّة مؤيدة يسهّل الأمر على الصّحافة ووسائل التواصل التي يجب أن تتقن تلقف واستثمار إيجابيات الرّأي العام، وتساعد على بلورة ما تريده من التنمية، وما ترفضه حيث تستطيع بدفع القضية المطروحة أو المشكلة إلى الأمام من خلال تفعيل النّقاط الآتية:

-المشاركة الاجتماعية:

يتطلّب تحقيق التنمية مشاركة واسعة من قبل المواطنين في العمليات التنموية، سواء أكان ذلك من حيث قدرتهم على المساهمة في صنع القرارات المتعلقة بحياتهم، أو المحيط الذي يعيشون به، أو مساهمتهم الإبداعية في تنمية مجتمعهم.

ولا تقع مسئولية تفعيل آليّات المشاركة الشّعبية في عملية التّنمية على عاتق السّلطات الحكومية فقط، بل تمتدّ إلى منظمات المجتمع المدني، ومؤسسات القطاع الخاص، التي أصبحت جزءًا لا يتجزأ من العملية التنموية؛ وهنا، يكمن دور وسائل الإعلام في الاشتراك بعملية التنمية ومنها وسائل التواصل الاجتماعي من خلال:

1 - العمل على فتح باب النّقاش واسعًا حول القضايا التّنموية، وصولًا إلى جعل الموضوع التّنموي جزءًا من الوعي المجتمعي والفكر المؤسسي.

2 - التركيز على العمل مع المجتمعات المحليّة من خلال البرامج التّلفزيونية والإذاعية، وحلقات النّقاش التي تنظّمها الصّحف اليومية والأسبوعية، التي تفيد في نشر الوعي من ناحية، وفي جمع المعلومات من ناحية أخرى.

3 - التركيز على فعاليّة وسائل التواصل الاجتماعي من خلال فتح نقاش المجموعات، وإشراك المواطنين بالقضايا التنموية، والاستماع إلى العناوين المقترحة للنقاش، وكيفية تجاوب الشرائح الاجتماعية معها من خلال التطبيقات التي تسمح بفتح منصات إعلامية جديدة تعمل على تفعيل التشارك بين المجموعات(عدنان عبد الرحمن أبو عامر، الإعلام التنموي في فلسطين أسباب الغياب ورؤية للمستقبل، 2005، ص 20-19).

-المساءلة الاجتماعيّة:

اعتبر مفهوم المساءلة الاجتماعيّة من أهم الغايات والأدوات المساهمة في خلق واقع متقدم ونوعي للإدارة الشفافة والرشيدة في قضايا المجتمع، الأمر الذي يسهم في إخضاع المسؤولين الحكوميين للمساءلة عن أفعالهم، لا سيّما المتعلقة بإدارة الموارد العامة. هذا المفهوم، أصبح العمل به من أهم الدعائم التي تشارك فيه المؤسسات الخاصة، مثل شركات القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني والمؤسسات الأهلية، من أجل تعزيز قدرتها على الإسهام في عملية تنمية المجتمع، وتحقيق المزيد من الازدهار والرفاه لبناء المجتمعات العاملة فيها.

ويؤدّي كل من وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل الإعلام الاجتماعي الجديدة دورًا حاسم الأهمية في تعظيم صوت المواطنين وتيسير الحوار بين المجتمع المدني والدولة. وبما أنّ هذه الأطراف الفاعلة الثلاثة ليست على درجة واحدة من «النّضج»، فسوف تعير المناقشات التي تجري بواسطة المنابر الإعلاميّة في توفير مساحة لإدارة الحكم اهتمامًا خاصًا لدور المجتمع المدني.

تكمن أهمية المساءلة الاجتماعيّة في محاور عديدة، أهمها: تحسين أداء الحكم الرشيد، زيادة كفاءة وفعاليّة التنمية من خلال تحسين تقديم الخدمات، ورسم السياسات العامة، والتمكين عبر توسيع أطر العمل والمشاركة المدنية وحرية الاختيارات.

فالمساءلة الاجتماعية ذات قيمة جوهرية تستند إلى مفاهيم ومبادئ رئيسة، مثل: المشاركة، العمل الجماعي، الشفافية، الاستقلاليّة، الاستجابة والمصداقية، الديموقراطية والمساواة وغيرها.(د.محمود فطافطة، أين نحن من المساءلة الاجتماعية؟ موقع الكتروني)

ويسعى الإعلام بوسائله كلّها في الكشف عن مظاهر الفساد وأسبابه من خلال دعم الصّحفيين والصّحفيات والإعلاميين والإعلاميات، وتشجيعهم للقيام بدورها المنشود وأداء مهامها على أكمل وجه في تقديم المعلومات المدقّقة، والمثبتة للجمهور حول جرائم الفساد وسوء استخدام المال العام، ومراقبة أداء المؤسسات الرسمية وغير الرّسمية. فهذه المهمة التي تقع على عاتق الإعلام في الكشف عن الفساد، وإلقاء الضّوء على الأوضاع الاقتصادية، والمعيشية، التي تسهم بالوصول إلى تنمية من خلال توجيه الأضواء على فعليّة الإعلام، والقدرة على طرح هذه المشاكل أمام الجميع لكي يتحمّل كل شخص مسؤوليته الفعلية أمام القانون والشّعب (عبد الكريم بكار، مدخل إلى التنمية المتكاملة رؤية إسلامية، 1999، ص 115).

وهنا، لا بد من القول، بأنّ تعزيز دور المساءلة الاجتماعية في المجتمعات المدنية يرتبط ارتباطًا وثيقًا باستقلاليّة وسائل الإعلام، وتعزيز دورها في الرّقابة المجتمعية، وتفعيل دور الرأي العام حول مجالات أداء القطاع العام بشكل خاص والقطاعات المجتمعية الأخرى، للوصول إلى مجتمع يحتكم إلى أسس ومعايير واضحة مدعومة بقوانين ناظمة تكرّس قيم النّزاهة والشّفافية والمساءلة والمحاسبة وصولا إلى الحكم الصالح.

- الاستفادة:

يمكن الاستفادة في تفعيل التنمية من خلال الوسائل الإعلاميّة لتعزيز المشاركة المجتمعيّة في إطلاق حملات إعلاميّة مختلفة من خلال العلاقات العامة، وإعلام الجماهير وأيضًا خلال وسائل التواصل الاجتماعي عبر الفيسبوك، والتويتر، حيث أكدت التّجارب في هذا الإطار بأهميّة دور المبادرات المجتمعية، وحملات المناصرة الإعلامية وفاعليتها في رفع الوعي، وتمكين قدرات الشّباب اجتماعيًا وسياسيًا واقتصاديًا ومن خلال تعميم الديمقراطية، والعدالة، والرّفاهية.

المشاركة الحواريّة بين المشاركين في حملات المناصرة تشدّد على ضرورة تكثيف الجهد الإعلامي لدعم الدور المجتمعي للمرأة وللشباب لتعزيزه والعمل على تطوير أداء الإعلاميّات لمواجهة التّحديات وإبراز دور المرأة في المجالات الحياتية كلّها، بالإضافة إلى إلقاء الضّوء على قضايا التنمية، وما تحمل في طياتها من عناوين مختلفة يجمع عليها الجميع في تحركاتهم المستمرة لكي يتمّ لفت الأنظار المحليّة والخارجية من خلال حملات المناصرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والمسيرات، والتظاهر السّلمي، والنّدوات، والاحتجاجات الإعلاميّة (سامية أحمد جابر،»الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث – النّظرية والتّطبيق «، ص 190 ، 1983).

3-أهميّة الإعلام الجديد في السلم المجتمعي.

أسهم الإعلام الجديد بأحقيّة الوصول إلى المعلومة للجميع ضمن نظرية قائمة على حقّ الجميع بالاطّلاع على المعلومة، تعتبر المعلومة في الوقت الحاضر « قنبلة ذرية» إذا ما أتيح لها الانتشار فمن الصّعب الوقوف أمامها، نحن أمام سيل جارف من المعلومات في ظلّ تطبيقات يتملكها الأفراد في هواتفهم، وما تتاح لهم من وسائل وأدوات(أيمن حمادة، تقنيات الهواتف الذكية في خدمة المعلومات، الجامعة اللبنانية، 2017، ص40). فالأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع مهمّة، ومن مسؤولية الدّولة بحسب الدستور الحفاظ على السّلم الاجتماعي، وإشاعة حالة الطمأنينة بين أفراد المجتمع، وأن لا يترك الأمر للشائعات المخلّة بالأمن والنسيج الاجتماعي. وهي التي تسري في المجتمعات مسرى النار في الهشيم، ويتناقلها الأفراد من دون أن يدركوا أنّهم ضحايا ذل وتؤثر بالتّالي على وضعهم وكيانهم واستقرار أسرهم من خلال المشاركة والمحاولات الآتية:

1 - في الرّفاهية

إنّ تغير حياة الإنسان من خلال تطور الرّفاه المادي والاقتصادي هو ذلك المدى أو تلك الحاجة التي يصل إليها كلّ شخص، أو عائلة، أو مجموعة من الناس، أو مجتمع ما في توفير احتياجاته السّلعية والخدمية. ومن خلال هذا التّعريف، نجد أنّ مفهوم الرّفاه متطابق مع مفهوم مستوى الحياة (المعيشة)، وبمفهوم أوسع لهذه الكلمة يشمل تعبير الرفاه أيضًا صفات كالراحة الشخصية أو شروط الحياة العامة أو القناعة والرضى الذاتيين ليصبح هذا المفهوم بذلك متطابقًا مع مفهومي الرفاهية ونوعية الحياة، وعلى أيّة حال فأنّ مفهوم نوعية الحياة على العكس من مفهوم مستوى الحياة من حيث الصّعوبة والقياس (نجلاء محمد جابر، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري، 2015، ص89).

وبهذا الخصوص ترك الإعلام الجماهيري أثرًا كبيرًا على المجتمعات وثقافتها، بخاصّة حول معرفة حقّها في الرّفاهية الاجتماعيّة، وتغيّر ظروف حياتها الإنسانية، فقد أزال الحدود بين مختلف المجتمعات وبين الأفراد أنفسهم، وخلق بذلك ما يسمى بالعولمة، وهي طريقة جيدة ليتعّرف الناس إلى ما يحدث في الدول المختلفة، وكيف يعيشون حياتهم، وذلك كما في مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك الذي قرّب الناس من بعضهم البعض؛ فسهّل على الأفراد التواصل والاتصال مع الأصدقاء، أو الأقارب الذين يقيمون بالخارج بسهولة.

فالمشاركة الرقمية باتت تشكل ركنًا أساسيًا في حياة أفراد المجتمع الذي أتيحت له بشكل مفاجئ مختلف المواقع الإلكترونية، وغرف الدردشة، والصّور، والنقاشات الشخصية، والتي معها أجبرت الحكومات في مواجهتها بطرق بوليسية تقليدية سلبية، بينما ينبغي أن تكون الحلول الحقيقية بالوعي لمفهوم التربية الإعلامية والرقمية من قبل المواطنين، ومعرفة ما هو المفيد وما هو المضر، وهذا هو أصل المشكلة والحلول المنطقية (عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين،2016، ص 257).

2 - في اتخاذ القرار

تعدّ عملية صنع القرار من أهم العمليات السياسية، وتؤدي وسائل الإعلام دورًا مؤثرًا في عملية صنعه ويختلف تأثير وسائل الإعلام في عملية صنع القرار باختلاف النّظم السياسية التي تمارس عملها الاتصالي في ظلّه، وتؤكد الدّراسات أنّ ثمة ضغطًا يقع على متخذي القرار من أخبار وسائل الإعلام يؤثر في إدراكه للرأي العام، وأنّ أي تقويم

خاطئ للرأي العام ربما يكلّف متخذ القرار الكثير.

ونلاحظ بهذا الخصوص تأثير وسائل الإعلام من خلال ما تقوم به من إلقاء الأضواء على القرار، ومحاولة جعل متخذي القرار والحكومة يشعران باهتمامات الشعب وقبولهم أو رفضهم لهذا القرار أو ذلك، وهذا سيؤدي بالسياسيين إلى مراجعة القرارات الصادرة ودراستها بشكل جيد، لكي لا تسبّب نوعًا من الفوضى والآثار السيئة على الشعب، وكذلك تعطي للحكومة المقدرة على مخاطبة المواطنين والأخذ بآراء الرأي العام، وتوفر مجموعة من البرامج لتحليل القرارات الصادرة من الدولة.

ولأهميّة هذا الموضوع في حياة المجتمعات وتوضيح دور الإعلام في المجال السياسي.

وإنّ أهمية وسائل الإعلام وتأثيرها في عملية صنع القرار يمكن إبرازها، بما يأتي:

1-أنّها تمدّهم بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية، والبيئة السياسية لسياساتهم، وفي كثير من الأحيان تقدّمها بشكل أسرع من القنوات الرّسمية.

2-الإعلام يساعد بنشر اتخاذ القرارات الاقتصادية والتنموية في الحكومات والدول من خلال قوة الضغط التي تشكلها المجتمعات المدنية والحكومية للوصول إلى اتخاذ قرارات بهذه المسائل.

3-تجعل متخذي القرار والحكومة يشعران باهتمامات الشعب بطريقة مباشرة بالنشر عن الرأي العام، أو بغير مباشرة عن طريق القصص الخبرية التي تشكل النقاش الجماهيري والرأي العام.

4-توفر للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور «أفراد المجتمع» لشرح سياستهم ومهاجمة مواقف معارضيهم.

5-كما تؤثر وسائل الإعلام في مواقف متخذي القرار، ومواقف الجمهور باتجاه المسؤولين الحكوميين، وتستطيع التغطية الإعلامية أن تزيد من التأييد الجماهيري لبعض سياسات الحكومة وفضلًا عن جميع ما تقدّم فأنّ لوسائل الإعلام مهمّة كبيرة جدًا في توضيح القرارات في مرحلة اتّخاذ القرار فيما تعتزم الحكومة القيام به لحل مشكلة عامة.

1 - في العدالة

لم يعد الأمر كما كان، حيث أفلح هذا الإعلام الاجتماعي المتجدد في «تفتيت العدالة الاجتماعية» وإخراجها من « البوتقة الجمعية الصاهرة» التي كانت بقبضة رموز غير ديمقراطيين، لتصل إلى تخوم «مملكة الأنا الفردانية»، التي في أرجائها يشعر الإنسان البسيط بقدرته على تقييم الوضع العام، وقياس منسوب العدالة الاجتماعية، والتعبير الفوري عن آرائه الشخصية التي يحترمها هو على أقل تقدير.

ويشهد تويتر نوعًا غير مسبوق من الشفافية والجرأة في طرح الآراء الشخصيّة حيال العدالة الاجتماعية، ولعلّي استعرض بعضها دون إلحاقها ببلد معين، كي نتجنب الحساسية التي قد تتولد من هذا الأمر، خصوصًا أنّني لا أقصد دولة بعينها، ولا أستثني أحدًا في الوقت ذاته، فالطرح هو نصح عام للجميع. فإنّ حقوق الشعوب لا تعرف لونًا ولا عرقًا ولا مذهبًا.... ومسطرتها العدالة، (أبو بكر الهواش، المجتمع المدني المخاطر والآمال، 2016،ص36).

ما سبق إذًا، يشير إلى ظاهرة جديدة تخلّقت في رحم هذا الإعلام الاجتماعي، وهي «نمنمة العدالة الاجتماعية» على نحو ما ذكرت، والأمر ليس مقصورًا على العدالة، بل ثمة نمنمة للمسائل المشابهة المتشابكة، كالحريات، والديمقراطية، والكرامة، والفساد، ونحوها (عبدالله البريدي، الإعلام الجديد يُنمنِم العدالة الاجتماعية، موقع الجزيرة الالكتروني).

وأحسب أنّ هذه الظاهرة جديرة بأن يستوعبها الجميع، خصوصًا الأنظمة الحاكمة في عالمنا العربي، إذ أنّ آثارها واستحقاقاتها كبيرة، وهي تدعو – ضمن مسائل عديدة – إلى تغيير طريقة التفكير مع الشعوب، فلكل زمن عقوله ومذاهبه ورجاله. ولعلّي أرصد أهم هذه الآثار والاستحقاقات الآتية:

1- زيادة وتيرة التعبير والقياس للعدالة الاجتماعية وبقية أخواتها عبر الأفراد، ومؤسسات المجتمع المدني، الأمر الذي يتوقع معه زيادة الضغوط المجتمعية، وقد تأخذ قوالب حَراك شعبي، أو مطالبات قانونية بشكل أو بآخر، بما في ذلك تدوين بعض ملفات الفساد.

2-يبالغ المسؤولون والنظاميون (المدافعون بالحق والباطل عن الأنظمة) في تصويرهم لمستويات تحقق العدالة الاجتماعية، ويتغافلون عن حقيقة شيوع المعلومات الوفيرة، وعن الحملة الشعبية «شايفين وعارفين ومش راضين»، وقد يترتب على الاستمرار

في تجاهل الحقائق توسع نطاق هذه الحملة.

3- بات الناس يدخلون سلسلة جديدة من المقارنات بشأن العدالة الاجتماعية، إذ لم تعد المقارنات مقتصرة فقط على الناس العاديين في الدول الأخرى، بل على النخب الحاكمة والشخصيات المتنفذة في البلد ذاته.

4- تصرح فئات متزايدة من الناس بإيمانها الذي يزداد ترسخًا مع مرور الوقت بأنّه «لا عدالة اجتماعية بلا أذرع ديمقراطية». ومن ثمّ فأنّ الناس أمسوا لا يثقون كثيرًا في التشريعات والأجهزة الحكومية التي يتم سنها وتأسيسها من أجل الإسهام في تحقيق العدالة الاجتماعية، وذلك أنّ «خرق الفساد أكبر من رقعة الإصلاح الشكلاني».

1 - **في الديمقراطية.**

الديمقراطية قيمة كونية، فالعلاقات القوية بين الديمقراطية والعدالة الاجتماعية، تجرني إلى التأكيد على أنّ الشعوب العربية كغيرها تؤمن بالديمقراطية باعتبارها «قيمة كونية»، ولا أحد يطيق نفي هذه الحقيقة التي باتت دامغة لكل من يمتلك حواسًا تنقل له ما يحدث واقعًا في هذه «القرية الكونية الآخذة بالديمقراطية

إذا، الجميع لا يهتم بمفهوم الديمقراطية بقدر اهتمامهم بالشأن التنموي، والخدمات، والجوانب الحياتية، وتحقيق الرّفاهية والإشباع الاقتصادي، حيث باتت مهمّة الإعلام التركيز على الديمقراطية وأهميتها في تفعيل مفاهيم التنمية وربطهما بعضا ببعض.

لقد ركّزت الديمقراطية الحديثة على مبدأ المواطنة واحترام الجميع للقانون في هذا كما يقول سبينوزا Spinoza، (سبينوزا: رسالة في السياسة ترجمة عمر مهيبل، موفم للنشر الجزائر، 1995، ص 175).

حيث يمكن لكلّ السّكان من أبناء المواطنين، وكلّ أولئك الذين ولدوا فوق التراب الوطني، وكلّ الذين قاموا بتقديم خدمة للدولة، أو سيقومون بها لسبب أو لآخر الاستفادة من حق المواطنة في النظام الديمقراطي(رتراند دي جوفنيل: روسو في موريس كرانستون: أعلام الفكر السياسي، النسخة العربية، دار النهار للنشر، لبنان، ط1 -81،ص74).

وبحسب الباحث الهندي (أمارتيا سن Amartya Sen) تعدّ عمليات حرية البشر الغاية الأساسية للتنمية، والوسيلة الرئيسة لتحقيق التنمية المرغوبة، ويمكن فهم «الغايات

الأساسية» باعتبارها الدور البنائي «الإنشائي» للحرية في عملية التنمية، كما يحكم فهم الوسيلة الرئيسة، باعتبارها الدور الأدواتي (الوسائلي) للحرية في عملية التنمية، (سلسبيل صلاح، نحو اقتصاد إنساني «أمارتيا سِن».. ناقد الرأسماليّة الأخلاقي، موقع منشور الإلكتروني بتاريخ 17 اذار \مارس 2018).

ويعني الدور البنائي بأهمية الحريات الحقيقية في إثراء حياة البشر، وتشمل هذه الحريات المقدرات الأولية لتفادي مختلف أنواع الحرمان(الجوع، وسوء التغذية، واعتلال الصحة، والوفاة المبكر)، والاستمتاع بمختلف أنواع الحريات المرتبطة بالمعرفة، والتعليم، والمشاركة السياسية. بينما يعنى الدور الأدواتي (الوسائلي)، للحرية بالطريقة التي أسهمت فيها مختلف أنواع الحقوق والفرص والاستحقاقات في توسيع حرية البشر.

وبهذا، تكمن الحرية باعتبارها فاعلية للبشر، وباعتبارها وسيلة للتنمية، في حقيقة أنّ مختلف الحريات مرتبط بعضها مع بعض، وأنّ الحرية في جانب تساعد كثيرا في اطراد الأنواع الأخرى من الحرية (مجموعة مؤلفين، النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الدول العربية الأبعاد الاقتصادية، 2013، ص47-46).

وهنا، يمكن الرّبط الفعلي بين الديمقراطية في البيئة الاجتماعية التي تسهم بتفعيل وتنشيط مفاهيم التنمية المستدامة التي احتلت مكانًا مميزًا في ثمانيات القرن الماضي، والتي تلبي حاجات الأجيال الحالية من دون إعاقة ومقدرة الأجيال المستقبلية في مقابل احتياجاتها، حيث أسهمت العولمة بنشر هذه الأفكار التنموية من خلال شراكة الإعلام، خصوصًا في ظلّ تطور الإعلام الجديد الذي فتح الباب على مصراعيه في عملية التواصل والاتصال للشرائح الاجتماعية كلّها التي تتقارب من بعضها البعض عن طريق منصّات إعلاميّة خاصة تقرب المسافات، والمفاهيم، وتوحد الأهداف.(مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفيس بوك ومستقبل وسائل إعلام التواصل الاجتماعي في التّغيير، 2014، ص116-115).

النّتائج والخاتمة :

نتيجة ما تقدّم، يمكن الاستنتاج بأنّ متطلبات الإعلام التنموي القيام بمهامه الجسيمة؛ ولرفع مستوى أدائه لا بدّ من توافر الضروريات الخاصة بذلك، وهي متطلبات متنوعة منها ما هو متعلق بالواقع الإعلامي، ومنها مرتبط بإطار السّلطة التنفيذية؛ وتكمن هذه المتطلبات ضمن متطلبات السياسات الإعلامية، والتنفيذية، وخلق تنمية إعلامية.

ففي مجال السياسات الإعلامية، ينبغي الانطلاق من فلسفة تحدد أهداف العملية الإعلامية من خلال نظام ديموقراطي يكفل للجميع المشاركة في اتّخاذ القرار، وتصفية الأنماط المختلفة في المجالات السياسيّة والاقتصادية، والاجتماعية؛ والتوزيع العادل للثورة القومية وتوسيع إطار استخدام التكنولوجيا. وترتكز هذه السياسات على هدف محدد وهو التنمية الشاملة التي تتيح النمو المتوازن والسريع، وتحقيق الاستقلال السياسي والاقتصادي والاجتماعي، والاعتماد على الذات.

وفي إطار السياسات التنفيذية يجب التركيز على تحديد الأولويات وإبراز المضمون، وتدعيم القيم الإيجابية، وعدم التقليد الأعمى، والاهتمام بالاحتياجات التنموية والفعلية وإبراز طابعها المحلي الوطني والقومي. ولا يمكن تفعيل الإعلام التنموي العربي بمعزل عن التّوجه نحو إنشاء صناعة إعلامية تنموية عربية، والنّظر إلى الإعلام كقطاع منتج أكثر منه استهلاكي.

ويمكن القول إنّ الدول النامية تفترض أن تؤدي وسائل الإعلام فيها الوظائف الآتية (جيهان رشتي،، 1972، 176) وهي:

1-غرس الشعور بالانتماء إلى أمّة أو وطن.

2 -تعليم الشعب مهارات جديدة.

3-غرس الرغبة في التغيير وزيادة آمال الجماهير لأنها ترغب في اقتصاد متطور ومجتمع متحضر.

4-تشجيع الناس على المشاركة، ونقل أصواتهم للقيادة السياسية؛

ونجاح الخطة الإعلامية من أجل التنمية يتطلب مجموعة من المقتضيات الأساسية (حسين، سمير، 1984، 31)، وهي: (تحديد الأهداف الإعلامية بوضوح، وتقسيم هذه الأهداف زمنيًا، قصيرة الأجل)، ومن حيث المستوى (أهداف عامة، أهداف جزئية،

أهداف محلية).

5-الحاجة إلى استخدام أسلوب الحملات الإعلامية الوطنية، من دون الاعتماد على برامج إعلامية مفككة لا رابط بينها.

6 -أهميّة الارتباط بين السياسات الإعلاميّة والسياسات الأخرى للتنمية في المجالات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

7-أهمية توفير الكفاءات البشرية المتخصصة في مجالات الإعلام المختلفة، والتي يمكن أن تتولى هذه المسؤولية الوطنية الضخمة.

8 -ضرورة توفير المعدات والأجهزة والإمكانات الفنية، وتدبير المواد اللازمة لتنفيذ الخطط الإعلامية.

ويتصل بهذه الوظيفة الدّور الذي تقوم به وسائل الإعلام في نقل التراث الاجتماعي، والقيم، وأنماط السلوك من جيل إلى جيل، مما جعل وسائل الإعلام تنتقل إلى رقعة من الأرض كانت تسطير عليها في وقت ما.

والاتجاهات المختلفة تخدم أربعة أغراض هي: وظيفة التكيف مع البيئة، وظيفة الدفاع عن النّفس، وظيفة التعبير عن القيم، وظيفة المعرفة. (الكامل، فرج، 1985م،).99-98 وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الاتجاهات من خلال اهتمامها بالحوار، ونشر الآراء، والاستعانة بأصحاب الفكر لإثراء النقاشات، خصوصًا بالقضايا التي تمس شرائح كثيرة في المجتمع.

المراجع:

- خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، دار الشروق عمان، 1999.
- د. محمد بن عويض الفايدي، اتّجاهات الرأي العام نحو قضايا التنمية، صحيفة الجزيرة، السعودية بتاريخ 12 أيار/ مايو2017.
- د. برهان زريق، الرأي العام وحضانته لذروة سنام المجد في غزة بلد العزة، دمشق، 2017، ص 20.
- التجاني أبو العوالي، أي دور للإعلام في التنمية المحلية، موقع الحوار المتمدن الإلكتروني، بتاريخ 13، نيسان / أبريل، 2010.
- http//:www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid215148=
- مجموعة مؤلفين، النّمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الدّول العربية الأبعاد الاقتصادية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2013، ص47-46.
- مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفيس بوك ومستقبل وسائل إعلام التواصل الاجتماعي في التغيير، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014 ، ص116-115).
- د.محمود فطافطة، أين نحن من المساءلة الاجتماعية؟ موقع وكالة معا الإخبارية الإكترونية بتاريخ 20/ 1/ 2018، http://maannews.net/Content.aspx?id=936711
- سلسبيل صلاح، نحو اقتصاد إنساني «أمارتيا سِن».. ناقد الرأسماليّة الأخلاقي، موقع منشور إلكتروني بتاريخ 17 آذار /مارس 2018.
- https//:manshoor.com/people/amartya-sen-economics-morality/
- -عبد الله البريدي، الإعلام الجديد يُنمنِم العدالة الاجتماعية، موقع الجزيرة الإلكتروني، بتاريخ 24 شباط / فبراير2013
- https//:www.aljazeera.net/knowledgegate/opinions/2013/2/24/
- -د. سنا الحاج ، دور الإعلام في قضايا الأمن الاقتصادي والاجتماعي، موقع إلكتروني، لمديرة الدراسات والبحوث في وزارة الإعلام اللبنانية، 16يناير، 2016.
- https//:www.ministryinfo.gov.lb1982/
- - فرج الشناوي، الإعلام وبناء ديناميات المشاركة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 35، القاهرة، حزيران / يونيو 1984، ص92.
- - نادية منصور، التلفزيون ووعي التنمية، مجلة دراسات إعلامية، العدد 46، المركز العربي، القاهرة، آذار/ مارس 1987، ص78.
- - عمر الخطيب، الإعلام التنموي، ط1، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض، 1983، ص 58.

- - محمد عبد القادر أحمد، دور الإعلام في التنمية، ط1، دار الحرية للطباعة والنشر، بغداد، 1982، ص143 .
- -د.عبد الكريم بكار، مدخل إلى التنمية المتكاملة رؤية إسلامية، دار القلم، دمشق،1999، ص 115.
- - د. سامية أحمد جابر، «الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث – النظرية والتطبيق»، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، 1983، ص 190.
- - أيمن حمادة، استخدام تقنيات الهواتف الذكية في توفير الخدمات والمعلومات في المكتبات الجامعية، رسالة أعدت لنيل شهادة الماجستير في كلية الإعلام الجامعة اللّبنانية، بيروت، 2017، ص40)
- - عدنان عبد الرحمن أبو عامر، الإعلام التّنموي في فلسطين أسباب الغياب ورؤية للمستقبل، ورقة عمل مقدّمة إلى المؤتمر العلمي الأول الاستثمار والتمويل في فلسطين بين آفاق التنمية والتحديات المعاصرة كلية التجارة في الجامعة الإسلامية 8- 9 أيار / مايو 2005، ص 20-19.
- - د. نجلاء محمد جابر، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري، دار المعتز، عمان، 2015، ص 89.
- - د.عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتّصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان،2016، ص 257.
- - أحمد يونس محمد حمودة،(2015)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، جامعة الدّول العربيّة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، ديسمبر.
- - شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، (2015)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العلي.
- - Sean P Hagerty(2008). An Examination of Uses and Gratiations of YOUTUBE, Unpublished Master thesis, Department of Communication, Villanova Oniversety.
- - أبو بكر الهواش، المجتمع المدني المخاطر والآمال، منشورات مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2016،ص 36.
- - منصوري الزين، (2012) تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن• .
- -تيسير أبو عرجة، (2013) الاتصال وقضايا المجتمع، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة

الأولى، عمان، الأردن.

- -علي الشرفات، (2010) التنمية الاقتصادية في العالم العربي، الطبعة الأولى، دار جليس الزمان، عمان، الأردن.
- -حسين، سمير (1984م) الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي والعام، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.
- - زين العابدين درويش، (1999م) علم النفس الاجتماعي - أسسه وتطبيقاته، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر•
- -جيهان رشتي، (1972م) نظم الاتصال – الإعلام في الدول النامية، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر.

(Endnotes)

1 عبد الجليل حسناوي : أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية «دراسة وصفية وتحليلية لعينة من قوانين الإعلام »، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 27، ديسمبر 2016،ص 04.

2: منصة التعليم عن بعد جامعة سطيف 2، محاضرات مقياس تشريعات إعلامية، من موقع
https//:cte.univ-setif2.dz.28/06/2021 : معاينة ،

3 محمد برقان: حق الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية «دراسة لواقع الصحافة الإلكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012» ، مجلة جيل حقوق الإنسان، العدد :23، من موقع :

http//:jilrc.com.28/06/2021 : معاينة ،

4 رضوان سلامن، علي مهني سامي : أخلاقيات الممارسة الصحفية في الجزائر في ظل التشريعات الإعلامية الجديدة، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد 03، المجلد 01، من موقع
:https//:www.asjp.cerist.dz.26/6/2021 : معاينة ،

5 منصة التعليم عن بعد جامعة سطيف 2، محاضرات مقياس تشريعات إعلامية، من موقع :
https//:cte.univ-setif2.dz.28/06/2021 : معاينة ،

6 قانون العقوبات الجزائري، من موقع :

www.jorab.dz

اتّجاهات النّخب الإعلاميّة والتربوية
نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم ما قبل الجامعي
دراسة ميدانية على عيّنة من الأكاديميين
والقياديين والمهنيين السعوديين

أ.د.محمد بن سليمان الصبيحي

جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية - الرياض

Abstract:

This study sought to get the opinions of experts from the media and educational elites in the Kingdom of Saudi Arabia towards the need to approve the media education course within the curricula in general education. The study employed the quantitative scientific method by performing a field survey using the questionnaire tool ,on a sample size of (176), and the investigation ended up to significant results, which are:

1. The majority of the educational and media elites of the study sample, at a rate of (96.6%), stressed on the necessity of approving the media education course in educational curricula in the Saudi Arabia ;This is primarily due to the development of media awareness to deal with the overflow of information and its dessamination with an average of (2.77), followed by secondly confronting extremism in all its aspects (intellectual, religious, and political) with an average of (2.75), then contributing to the purification of media content from harmful contents in the third rank with an average of (2.66). The results of the study indicated that (50.6%) of the media and educational elites of the study sample believe that the secondary stage represents the most appropriate educational stage for the

approval of the media education course.

2. The results also show that the media and educational elites believe that developing self-censorship derived from the principles of Islam in the use of media content is in the first rank is among the total goals that the media education course seeks to achieve in the educational process with an average (2.76), while the goal of developing the ability to detect unreliable sources in the production of media content ranked second with an average (2.70) while the goal of “developing the ability to consciously select For media content “It came in third place with an average score of (2.70)

3. The results of the study indicated with regard to the opinion of the respondents from the media and educational elites about what the media education course should seek to give to students at the cognitive level that “the definition of media influence methods” represents the essential knowledge that the media education course aims to provide to students with an average of (263). It also indicated that the skill of critical thinking about the content of media materials ;occupies the first rank in the skills that material media education seeks to teach students with an average of (2.70) the results also showed that “developing the values of faith (belief in God, piety, fear of God, observation)” is the most prominent values that the course of media education seeks to develop among students in different educational stages according to the trends of educational and media elites in the sample of the study has an average of (2.73).

أولاً: مدخل لموضوع الدراسة وأهميته:

برز مفهوم التربية الإعلامية نتيجة للتغيرات الجوهرية في البيئة الاتصاليّة الحديثة التي أتاحت مجالًا واسعًا للتواصل الإعلامي، خرج عن دائرة العمل الإعلامي المؤسسي عبر وسائل الإعلام التقليدية، إلى منصّات إلكترونية فردية مكّنت الجميع من إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله عبر فضاء مفتوح اخترق حاجز الزمان والمكان والثقافة، وغابت فيه فاعلية أنظمة الرقابة الإعلامية ومواثيقها.

دفع هذا المشهد المتداخل للإعلام الجديد وتقنياته المتطورة، إلى بروز مفهوم التربية الإعلامية لينقل الرقابة الإعلامية من القائم بالاتصال إلى الجمهور، في رؤية تشير إلى أنّ التربية الإعلامية تعني الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تسعى إلى تنمية مهارات الفرد ليكون قادرًا على التعامل الإيجابي والواعي مع الإعلام وتقنياته، وتهيئتهم للمشاركة في صناعة المحتوى الإعلامي ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة، والتخلص من الانعكاسات السلبية لاستخدام وسائل الإعلام، والمحافظة على الهوية، ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية.

في بداية التسعينات من القرن العشرين تبنّت اليونسكو بدعم من وزارات التربية والتعليم في الاتّحاد الأوروبي مشروع (مينتور)، الذي انتهى إلى تأسيس المنظمة الدّولية للتربية الإعلامية في مايو 2002م لنشر التربية الإعلامية على مستوى العالم، ليشير هذا التوجه الأممي لنشر التربية الإعلامية، وسن مواثيقها، وتحديد أهدافها، إلى تأكيد قيمتها ودورها الريادي، في بناء جيل قادر على ممارسة حقوقه الاتصاليّة، وتنمية مهارته في الاختيار الواعي للوسائل الإعلامية، والتّحليل الناقد لرسائلها، والمشاركة الإبداعية في صناعة محتواها.

أخذت وزارة التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية زمام المبادرة في نشر مفهوم التربية الإعلامية على مستوى قارة آسيا والخليج العربي، وذلك باحتضانها المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية عام 2007م بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية، الذي أكّد على ضرورة العناية والاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية في مراحل العملية التعليمية المختلفة، وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية، وحث الجهات المعنية بالتربية في القطاعين العام والخاص على تشجيع المبادرات العملية ذات الطابع الإعلامي التربوي على المستوى الوطني، والإفادة من التجارب العالمية في

مجالات التربية الإعلامية المختلفة.

وتكتسب هذه الدّراسة أهميتها استنادًا إلى أهمية موضوعها ذاته، وانطلاقًا من فرضية مجتمعية ترتكز على تكامل مؤسّسي بين الإعلام والتربية؛ لتنشئة جيل قادر على تحمل المسؤولية في حماية نفسه، ومجتمعه، وهويته الوطنية، وهو ما دفع الباحث من أجل تأطير فكرة تقودها النخب التربوية والإعلامية لتأسيس رؤية علمية تساعد متخذي القرار في تفعيل التربية الإعلامية في العملية التعليمية، وفق إجراءات منهجية تحقق الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام ومنصاته، في بيئة رقمية تفاعلية أتاحت للفرد إمكانيات غير مسبوقة في تداول المحتوى وإنتاجه، بفردية مطلقة وهامش واسع من الحرية، تهدد الهوية الثقافية لمرحلة شبابية ما زالت في مرحلة التشكل.

ثانيًا: الدراسات السابقة

اتّسمت الدراسات السابقة في مجال التربية الإعلامية بالكثرة والتنوع، بخاصة الدراسات ذات المنطلق التربوي، وهذا في ذاته يعكس القيمة التي أدركها الباحثون لموضوع التربية الإعلامية، وتصاعد الاهتمام بها، وهو ما دفع الباحث إلى تبني تصنيف هذه الدراسات في مراجعته لها، وفقًا للبيئة التي تناولتها تلك الدراسات من أجل إثراء موضوعه بتجارب دولية وعربية ومحلية:

في البيئة الدولية تناولت دراسة أبريل (April Marie Leach/2017) أهمية إنتاج الوسائط الإعلامية الرقمية لدعم التربية الإعلامية لطلاب المرحلة الثانوية مع قدرات التعلم المتنوعة، بهدف توفير خيارات للتعلم والتقييم لمجموعات واسعة من الطلاب ذي القدرات التعليمية المتنوعة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أنّ خبرات التعلم في وسائل الإعلام الرقمية تقدم للمتعلمين المتنوعين بيئة اجتماعيّة، غنيّة، وتفاعلية، تتوافق مع الاتصال المفتوح، والإثارة للتعلم، وتدعم الحد الأقصى من مهارات الفهم لتعلم المحتوى الأكاديمي، كما تدعم تعلم التربية الإعلامية من خلال تقديم بدائل لكيفية عرض المعلومات مع البدائل المتاحة للوصول إلى المعلومات السمعية البصرية، والوصول إلى خيارات لتعلم اللغة مثل المفردات التي يمكن أن تكون جزءًا لا يتجزأ من روابط النّصّ الفائق أو المقدّمة في الأشكال البيانية والرموز أو الرسوم التوضيحية.

واستهدفت دراسة توم (Tom Hallaq/2016)قياس كفاءة التربية الإعلامية الإلكترونية وتقييمها على شبكة الأنترنت لدى طلاب المرحلة الجامعية بالولايات

المتحدة الأمريكية من أجل فهم كيفية استخدام وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز التربية الإعلامية في بيئة التعلم الجامعية، وتم تطبيق الدراسة على طلبة جامعة ولاية كانساس (Kansas State University)، وتوصّلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين وسائل الإعلام الرقمية على شبكة الأنترنت وأبعاد التربية الإعلامية المتمثلة في: ممارسة التوعية الأخلاقية، وممارسة إمكانية الوصول إلى وسائل الإعلام، وممارسة التوعية الإعلامية، وممارسة تقييم وسائل الإعلام ونقدها، وممارسة الإنتاج الإعلامي لدى الطلاب.

وتعرضت دراسة هانس (Hans Schmidt/2016) لقياس فعاليّة التدريب الإعلامي البيني في فصول ضيقة، ومركزة، بهدف زيادة الكفاءة في مجال التربية الإعلامية، من خلال دراسة شبه تجريبية بجامعة ولاية بنسلفانيا(Pennsylvania State University) من خلال اختبار فرض رئيس يشير إلى أنّ التعرّض للتعليم الذي يركّز على كفاءة الرسائل الاتصاليّة الوسيطة يمكن أن يؤدي إلى تطوير كفاءات أوسع في مجال التربية الإعلامية؛ وقد أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض الرئيس، وأنّ الدروس المحددة على نطاق ضيق ساعدت على تشجيع الكفاءات الاتصاليّة، وتنميتها، وتطويرها على نطاق أوسع في مجال التربية الإعلامية وفي سياق الحياة اليوميّة بعد برنامج تعليمي ضيق التركيز، بجانب زيادة الوضوح والمعرفة بكل أبعادها، وأظهرت النتائج أنّ الطلاب استفادوا من الدروس الإعلامية القصيرة والمركزة، ممّا مكّنهم من كفاءة إنشاء الرسائل الاتصاليّة، واستخدام الأدوات التكنولوجية الرقمية، وتحليل وسائل الإعلام، وتقاسم وسائل الإعلام، والوصول إليها.

وتناول كيرقن (Kerrigan R. Mahoney, Tehmina Khwaja/2016) مواقف وتصورات القيادات المدرسية حول التربية الإعلامية، لتوضيح مهارات التربية الإعلامية لدى مرحلة التعليم الأساس حتى المرحلة الثانوية في عصر يجب أن تواكب فيه التربية الإعلامية سرعة المتغيرات التكنولوجية، من خلال رصد تصورات، وتوجهات، ومواقف، وتجارب مدراء المدارس تجاه الإجراءات التي يتخذونها لدعم تعلم التربية الإعلامية، وخلصت نتائج الدراسة إلى اتفاق القيادات في مواقفهم الإيجابية تجاه الحاجة إلى التربية الإعلامية في المدارس، وأنّ الطلاب بحاجة إلى تعلّم التكنولوجيا لتطوير مهاراتهم في التربية الإعلامية في المدرسة لتعزيز التعلم والتأهّب للمستقبل، وأنّ هناك عوامل متنوعة ومتباينة لدعم التربية الإعلامية نتيجة التنفيذ والممارسة.

ورصدت دينا (Diana Graber/2012) [0] تجربة مدارس (Waldorf-inspired charter school) الأمريكية في جنوب كاليفورنيا، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ الأطفال والمراهقين في الوقت الراهن لا يحتاجون إلى مساعدتنا لتعليمهم تشغيل البرامج والأجهزة؛ بل نحن من نحتاج إليهم، ولكنهم يحتاجون إلينا حتى نعدهم لاستخدام تلك التقنيات الجديدة بمسؤولية والتزام أخلاقي ذاتي، وأشارت نتائج الدراسة إلى نجاح المدارس في تطوير مهارات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديدة، من خلال تزويد الطلاب منذ السنوات الأولى للتعليم الأساس بتجارب غنية، وملموسة، وأنشطة في التواصل الاجتماعي، وأوضحت نتائج الدراسة أنّ مدارس المرحلة المتوسطة هي المرحلة المناسبة لتطوير القدرات المعرفية للطلاب، بما يعزز التفكير الأخلاقي لديهم في أثناء استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد.

في البيئة العربية حاولت دراسة أسماء علي (2016) رصد دور التربية الإعلامية وتحليلها في المرحلة الثانوية في مواجهة تحديات الغزو الفكري من خلال تصوّر مقترح يعمل على مجابهة تحديات الغزو الفكري، ويعمل على تحصين الطلاب من الأفكار الوافدة الهدامة، من خلال دراسة مسحية على عينة عشوائية بسيطة من الخبراء والمتخصصين في الإعلام التربوي والموجهين والخبراء في إقليم القناة بمصر قوامها (66) مفردة، وأوضحت نتائج الدراسة أنّ أهم أدوار التربية الإعلامية التي يمكن أن تقوم بها المدارس الثانوية لمواجهة تحديات الغزو الفكري تمثلت في: التفكير والمعرفة من خلال تنمية قدرة الطلاب على حل المشكلات والتفكير الناقد والإبداعي، وتوظيف مصادر الإعلام في تطبيق المعرفة، وتنمية قدرة الطلاب على تحقيق الاتصال الفعال، ومعالجة المشكلات النفسية والثقافية، وتنمية قيمة الانتماء للوطن، واحترام التعددية والمصلحة العامة.

وسعى مغاري (2015) إلى التعرف إلى رؤية المتخصصين نحو تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني من حيث الأهمية، والأهداف، والمحتوى، والأساليب، من خلال دراسة مسحية على عينة عشوائية من أعضاء هيئة التدريس في كليات التربية بالجامعات الفلسطينية: الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة الأقصى قوامها (136) مفردة، وخلصت الدراسة إلى تأكيد أفراد العينة بدرجة عالية على أهمية تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني وأهدافها، ومحتواها، فيما جاء محور الأساليب في ترتيب متوسط.

بينما حاولت دراسة محمد (2015) معرفة أثر أنموذج التربية الإعلامية المقترح نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، من خلال دراسة تجريبية تم تطبيقها على عينة قوامها (32) طالب من طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة المنيا، وتمثلت أدوات البحث في اختبار تحصيلي، ومقياس المسؤولية الاجتماعية، واستبانة مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، وبطاقة تقييم تحليل، ونقد المضامين الإعلامية التي أنتجها الطلاب، كشفت نتائج الدراسة عن الأثر الكبير الذي أحدثه أنموذج التربية الإعلامية المقترح في إكساب عيّنة البحث معارف، ومهارات التربية الإعلامية، وفي تحصيل الجانب المعرفي لموضوع التربية الإعلامية، وتنمية الجانب الوجداني لموضوع المسؤولية الاجتماعية، وتحصيل الجانب المعرفي المهاري لموضوع مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، وتحصيل الجانب المهاري لموضوع التربية الإعلامية.

ودرس محمود (2015) كيف يمكن الاستفادة من خبرات كل من المملكة المتحدة، وكندا، والولايات المتحدة الأمريكية في تطبيق برامج التربية الإعلامية المدرسية بمصر، وتوصلت الدراسة إلى أنّ كندا رائدة في مجال التربية الإعلامية على مستوى العالم، واتفقت الدول الثلاث في دمج التربية الإعلامية بالمقررات الدراسية والمناهج بكافة مراحل التعليم، واهتمت بإعداد المعلمين وتأهيلهم في هذا المجال، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ التربية الإعلامية جزء أساس من تعليم الطلاب، ليتمكن الطلاب في مراحل التعليم كلّها من التعامل الواعي والإيجابي مع الرسائل الإعلامية من خلال القراءة الصحيحة، والتفكير الناقد لها، وتحليل مضامينها ثم اتّخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

وحاول منصور (2014) رصد أبرز الاتجاهات والأفكار التي تضمّنتها الدّراسات، والأدبيات العلمية في مجال التربية الإعلامية، والأساليب، والاستراتيجيات التي اقترحتها لتنمية مهارات الجمهور في نقد الرسائل الاتصاليّة الصادرة من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، بجانب مهارات الإنتاج للرسائل الاتصاليّة، وذلك باستخدام المنهج المسحي لدراسات المستوى الثاني للإجابة عن التساؤلات المنهجية ذات العلاقة بهذه البحوث الأصلية، وأظهرت نتائج الدراسة وجود اتجاهين رئيسين لأدبيات التربية الإعلامية: الأوّل يركز عليها من خلال دور المؤسسات التعليمية والمناهج الدراسية، والثاني: يتناول التربية الإعلامية بمفهومها الأوسع الذي يستهدف أفراد المجتمع كلّهم ويستمر

مدى الحياة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ معظم الأدبيات السابقة ربطت بين تنمية مهارات نقد الرّسائل الاتصاليّة، وتحفيز الجمهور على إنتاج رسائل اتصاليّة مسؤولة، بجانب إضافة بعد جديد يتعلق بتنمية استراتيجيات القيام برد الفعل تجاه وسائل الإعلام.

وسعت دراسة هبة ديوب (2011) للتعرف إلى تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساس من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات من خلال دراسة ميدانية على عينة عشوائية بسيطة بلغ قوامها (400) مفردة، وتوصّلت الدراسة إلى أهميّة تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساس إلى المرحلة الجامعية، وإيجاد مناهج دراسية متخصصة في التربية الإعلامية، ووضع دورات تدريبية للمعلمين في مجال الإعلام التربوي لتدريس مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة، وأثبتت نتائج الدراسة وعي وإدراك عينة الدراسة لأهميّة التربية الإعلامية والأهداف التي تحققها ومحتواها وأساليب تحقيقها في مرحلة التعليم الأساس.

وفي البيئة المحلية للدراسة درست العجاجي (2016) دور التربية الإعلامية في تدعيم القيم الاتصاليّة لدى طلبة التعليم العام من وجهة نظر المشرفين التربويين بوزارة التعليم في السعودية من خلال التعرف إلى أهمية القيم الاتصاليّة في تعامل الطالب مع وسائل الإعلام، والقيم الاتصاليّة التي يحتاجها في تعامله مع وسائل الإعلام في كل مرحلة من مراحل التعليم العام من وجهة نظر المشرفين التربويين، بالإضافة إلى التعرف إلى أهمية التفكير النقدي في التربية الإعلامية، وأفضل السبل لتفعيل التربية الإعلامية من وجهة نظر المشرفين التربويين في وزارة التعليم، ومن ثم إعداد تصور مقترح في ضوء نتائج الدراسة لمقرر التربية الإعلامية في التعليم العام بالمملكة العربية السعودية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج المسحي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات، بالتطبيق على عينة قوامها (300) مشرف ومشرفة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة موافقة أفراد العينة بشدة على المشكلات الاتصاليّة التي يعاني منها طلاب التعليم العام التي تظهر في سلوكياتهم والناتجة عن الافتقار إلى مهارات التفكير النقدي وتأثير الصورة الذهنية في تفسير مضمون الرسالة، وعدم القدرة على فهم الهدف من الرسالة الإعلامية، ورأى أفراد العينة أنّ من أهم أساليب تفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بالمملكة العربية السعودية إدراج مادة التربية الإعلامية مقررًا تعليميًا مستقلاً، وإسناد تدريسها لمعلمين متخصصين في الإعلام التربوي أو لمعلمي المدرسة ممّن لديهم اهتمام في المجال الإعلامي، بعد تأهيلهم وإعدادهم للبرنامج

مع الاستعانة بخبراء دوليين في مجال التربية الإعلامية، ورأوا أنّ من أساليب التفعيل تضمين مهارات التربية الإعلامية في الأنشطة اللاصفية، وإعداد دورات تدريبية وإعداد دليل إرشادي يوضح آليّة تفعيل التربية الإعلامية، وتأمين التجهيزات المدرسية، مع توفير الإمكانيات المادية اللازمة واستثمار المؤتمرات، والندوات التربوية، والمشاركة المجتمعية مع المنظمات والمؤسسات المعنية بالتربية الإعلامية والاستفادة من تجارب الدول وخبراتها في مجال التربية الإعلامية، فيما وافق أفراد العيّنة على إدراج التربية الإعلامية كوحدات خاصة في المقررات الدراسية المناسبة لها.

وأكد المبحوثون على أهمية القيم الدينية، والاجتماعية، والإعلامية في التعامل مع وسائل الإعلام؛ حيث أنّها تحدّد وتوجه السلوك الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام وتشعره بالمسؤولية التي يجب أن يتحملها في أثناء تعامله وتفاعله مع المضمون الإعلامي، كما أظهرت نتائج الدراسة دور التفكير النقدي في إكساب الطالب مهارات تجعله يفكر بشكل نقدي في الرسالة الإعلامية التي يستقبلها.

استهدفت هناء سعيد (2016) التعرف إلى واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات بمدينة مكة المكرمة، بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها (2311) طالبة من طالبات الصّفّ الأوّل الثانوي بالمدارس الحكومية بمدينة مكة المكرمة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أنّ استخدام طالبات الصّفّ الأوّل ثانوي بمدينة مكة المكرمة لشبكة الأنترنت لم يكن لأغراض علمية، وأنّ مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية المتعلقة بالأنترنت من وجهة نظر الطالبات بمدينة مكة المكرمة جاءت متدينة.

وتشير هذه النتيجة إلى أنّ التربية الإعلامية الخاصة بالأنترنت وأهميتها ومتطلباتها لم تتضح لدى المعلمات بالشكل الذي يمكنهن من تحقيقها لطالباتهن، نتيجة افتقار المدارس للمعامل الإلكترونية التي يمكن تفعيلها في تحقيق عناصر التربية الإعلامية كلّها ميدانيًا، وقلة المواقع الإلكترونية العربية المتخصصة في فروع العلم المختلفة، ممّا يقلل من فرص توجيه المعلمة لطالباتها في المساهمة بمشاركات من شأنها إثراء العلم الذي تدرسه لهن، وقلة الوعي لدى بعض المعلمات بالدور الإعلامي الذي تمارسه الطالبات عبر منتديات ومواقع الأنترنت المختلفة.

وحاول حسن (2015) تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدّد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها، من خلال دراسة مسحية على عينة عشوائية من طلاب المرحلة الثانوية بمدارس التعليم العام في السعودية قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أنّ ممارسة الطلاب لمهارة قراءة الرسالة الإعلامية جاءت متوسطة، واهتمام الطلاب بتصنيف تأثيرات المواد الإعلامية على حساب تحديدهم لأفكارها العامة أو الرئيسة، كما أنّ ممارسة الطلاب لمهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية، ومهارة اتخاذ القرار المناسب جاءت متوسطة.

وأشارت نتائج الدراسة أنّ ممارسة الطلاب لمهارة المشاركة في إنتاج المواد الإعلامية وتقديمها للمستفيدين منها جاءت متوسطة نتيجة ضعف إمكانات الإنتاج الإعلامي، وقلة الاهتمام به وندرة تشجيع الطلاب عليه في المدارس عينة الدراسة، وأنّ درجة ممارسة الطلاب لأخلاقيات العمل الإعلامي جاءت عالية.

كما أظهرت نتائج الدراسة أيضاً أنّ ممارسة الطلاب لمهارة التربية الإعلامية الأساس تمثلت على التوالي في: ممارسة أخلاقيّات العمل الإعلامي، وقدرة الطلاب على التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية، واتّخاذهم القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية، ثم قراءة الرسالة الإعلامية، ومشاركتهم في الإنتاج الإعلامي.

استهدفت دراسة العتيبي (2013) بناء تصور مقترح لمحتوى التربية الإعلامية لطلاب المرحلة الجامعية، والتعرف إلى أهمية التربية الإعلامية لطلاب الجامعات السعودية، والإمكانات البشرية، والمادية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر الطلاب، واستخدم الباحث في هذه الدراسة أداة الاستبانة التي تمّ توزيعها على عينة من الطلاب المنتظمين في مرحلة البكالوريوس في خمس جامعات تمثل جغرافيًا خمس مناطق بالمملكة العربية السعودية، واستخدم الباحث أسلوب دلفاي مع مجموعة من الخبراء المهتمين بموضوع التربية الإعلامية من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المذكورة، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: اتفاق خبراء الدراسة على أهمية التربية الإعلامية لطلاب الجامعات السعودية وذلك بنسبة إجماع بلغت 96.3% وحصلت الإمكانات البشرية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية على الموافقة من وجهة نظر الطلاب وذلك بنسبة 78.8%، أمّا الإمكانات المادية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية، فحصلت على الموافقة من وجهة نظر الطلاب بنسبة 82.4% وقدمت الدراسة تصورًا مقترحًا لتطبيق

التربية الإعلامية في الجامعات السعودية.

ودرس البلوي (2013) مسؤولية المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب من وجهة نظر المعلمين، من خلال عناصر العملية التعليمية (الإدارة المدرسية، المعلم، المنهج المدرسي، النشاط غير الصفي) وبيان مدى تحقيق المدرسة الثانوية للتربية الإعلامية بالتطبيق على عينة ممثلة من معلمي المدارس الثانوية بالمدينة المنورة بلغ عدد أفرادها (450) معلمًا باستخدام أداة الاستبانة، وخلصت النتائج إلى أنّ مسؤولية المعلم وإدارة المدرسة بالإضافة إلى النشاط غير الصفي في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب هي بدرجة كبيرة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. كذلك، أظهرت الدراسة أنّ مسؤولية المنهج الدراسي في تحقيق التربية الإعلامية هي بدرجة متوسطة.

استهدفت دراسة الصعب (2013) التعرف إلى واقع دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية ومعوقات القيام به من وجهة نظر المعلمين والمعلمات، ومن ثم إعداد تصور مقترح في ضوء نتائج الدراسة لتفعيل دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية؛ لمواجهة تحديات العولمة.

استخدمت الدراسة منهج المسح على عينة عشوائية بلغ قوامها (320) معلمًا ومعلمة من المدارس الثانوية الحكومية للتعليم العام (بنين وبنات) بمحافظة حفر الباطن، بواقع (15 %) من المجتمع الأصلي للدراسة، وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود ضعف أو قصور في دور المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين، وأن جهود المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية غير واضحة، نتيجة عدم توفر منهج علمي واضح لكثير من الخطط، والبرامج المستقبلية للمدرسة وطلابها في مجال التربية الإعلامية؛ كما أظهرت نتائج الدراسة أيضاً أنّ أهم معوقات دور المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية تتمثل في: عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية لدى منسوبي المدرسة، وضعف مستوى وعي الطلبة بأخطار العولمة الثقافية التي تروج لها وسائل الإعلام المختلفة، وقلة توافر المعلم المقتدر الذي يستطيع توظيف تكنولوجيا الإعلام واستثمارها لأغراض تربوية.

وتناول السناني (2013) دور الإعلام التربوي في غرس القيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بالمدينة المنورة بالتطبيق على عيّنة عشوائية من مختلف معلمي مدارس المدينة المنورة في المرحلة الثانوية بواقع 350 معلمًا، وأظهرت النتائج

تأكيد معلمي المرحلة الثانوية عيّنة الدراسة على الدور المهم لمادة التربية الإعلامية في غرس القيم الأخلاقية ذات العلاقة بالمحتوى الإعلامي في هذه المرحلة، مع وجود تباين في آرائهم تبعًا لمتغير المؤهل العلمي وسنوات الخبرة والتخصص.

وسعت دراسة المطيري (2012) إلى الكشف عن واقع ممارسة توظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادات التربوية في وزارة التعليم بالمملكة العربية السعودية، واقتراح استراتيجية إدارية لتوظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادات التربوية، من خلال عيّنة قوامها (286) قائدًا تربويًا بمنطقة الرياض؛ وأظهرت نتائج الدراسة أنّ واقع ممارسة توظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادات التربوية جاءت بدرجة متوسطة، وجاء مجال تعزيز القيم في الترتيب الأوّل من حيث الممارسة، يليه مجال الاستخدام الأخلاقي للمعلومات، ثم في الترتيب الثالث مجال توظيف الاتصال الفعال، ثم توظيف الثقافة التقنية والمعلوماتية في ممارسات القيادات التربوية للتربية الإعلامية، بينما جاء مجال توظيف التفكير الناقد مع ما يقدمه الإعلام في الترتيب الأخير.

واستهدفت دراسة العويفي (2012) معرفة أهداف التربية الإعلامية في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر القيادة التربوية، وأبرز المعارف والمهارات والقيم التي يجب أن يتضمنها محتوى التربية الإعلامية من وجهة نظر القيادات، ومعرفة الصعوبات التي تواجه القيادات التربوية نحو تحقيق أهداف التربية الإعلامية ووضع مقترح لتفعيل دور القيادة التربوية في تحقيق أهداف التربية الإعلامية المطلوبة؛ واعتمد الباحث على المنهج الوصفي مستخدمًا الاستبانة أداة لجمع معلوماته بالتطبيق على عيّنة مكوّنة من (86) قياديًا تربويًا في تعليم الرياض؛ وانتهت الدراسة إلى موافقة أفراد الدراسة على أهمية التربية الإعلامية ودواعي الحاجة إليها، وأن هناك صعوبات ومعوقات ومشكلات تحول دون تحقيق أهداف التربية الإعلامية.

وسعت دراسة الريس (2012) إلى الوقوف على دور التربية الإعلامية في تنمية تفكير الطلاب للتعامل مع الإعلام المعاصر، من خلال تحديد أهداف التربية الإعلامية وآليات تنفيذها في المدارس من وجهة نظر المشرفين التربويين، ومديري المدارس، ووكلائها، والمرشدين الطلابيين، والمعلمين؛ وتكونت عينة الدراسة من (591) فردًا من خمس مناطق، هي: (الرياض-المدينة المنورة-جدة-الدمام-تبوك) بواقع 15 مدرسة من كل منطقة لجميع المراحل الدراسية؛ وتوصّلت الدراسة إلى التأكيد على أهمية التربية الإعلامية ودورها الكبير في تنمية تفكير الطلاب للتعامل الواعي مع الإعلام

المعاصر، وأن الطريقة الأنسب لتنفيذها أن تكون من ضمن الأنشطة الطلابية المتنوعة في المدرسة.

وتعرف الخيري (2010) على وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية نحو مجالات تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية بالتطبيق على عيّنة ممثلة من أعضاء هيئة التدريس في كليات وأقسام التربية الإعلامية في الجامعات السعودية (جامعة الملك عبدالعزيز-جامعة الملك سعود-جامعة الامام محمد بن سعود – جامعة طيبة-جامعة أم القرى) مكوّنة من (209) مفردة مستخدمًا الاستبانة أداة لجمع البيانات.

وخرجت الدراسة بعدد من النتائج، أبرزها: ضرورة إعداد الطالب للتعامل مع التحدي الإعلامي المعاصر، وذلك، يتطلب مراجعة السياسات، والمناهج التربوية وتطويرها، وأنّ العلاقة بين التربية والإعلام علاقة التكامل، والشراكة، والتربية الإعلامية ضرورة ملحّة لإعداد الأجيال في القرن الحادي والعشرين، وهي عملية تكوين القدرة لدى الفرد على قراءة الرسالة الإعلامية، وتحليلها، ونقدها، وتقويمها، والمشاركة في إنتاجها؛ وأنّ تفعيل التربية الإعلامية مهم جدًا من وجهة نظر عيّنة الدراسة، وأنّ تفعيل التربية الإعلامية كموضوعات ضمن الأنشطة العامة في الجامعة يمثل أعلى درجة في الأهمية من تفعيلها كمقرر مستقل أو جزء من المقررات الدراسية الجامعية.

ثالثًا: التعليق على الدراسات السابقة

1. أظهر اهتمام الباحثين بدراسات التربية الإعلامية أهميّة التربية الإعلامية، ومدى الحاجة إلى تفعيلها في المجالات التعليمية.

2. غلب على الدراسات العربية التي تناولت التربية الإعلامية تركيزها على المنهج الكمي واستطلاعات الرأي، بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بدراسة الحالة، والدراسات شبه التجريبية.

3. ركزت الدراسات العربية على تفعيل التربية الإعلامية عبر نشاطات أو برامج لا صفية، أو تلك التي تتناول استخدامات الإعلام في المجال التربوي، مع ندرة في الدراسات التي تهدف إلى مناقشة محتوى التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية بمفهومه الشامل.

4. أظهرت نتائج الدراسات الأجنبية عمق التجربة لدى المؤسسات التعليمية في تفعيل التربية الإعلامية، وأساليب تطبيقها في المجال التربوي.
5. ربطت غالبيّة الدراسات في تناولها التربية الإعلامية مع مهارات تعزيز التفكير الناقد لدى الطلاب، ومع أهمية ذلك وعلاقته بأحد محاور التربية الإعلامية، إلا أنه لا يحقق أبعاد التربية الإعلامية.
6. غلب على الدراسات العربية في مجال التربية الإعلامية ارتباطها بباحثين تربويين، انطلقوا في مناقشة قضاياها من منظور تربوي.

هذه المراجعة أعطت الباحث سندًا علميًا ومنهجيًّا ثريًّا لبناء موضوع دراسته، وأتاحت مجالاً للإضافة العلمية، فتبنت الدراسة بعدًا تكامليًّا يأخذ في الاعتبار رؤية التربويين والإعلاميين وفق منهجية ربطت بين اتّجاهات الرأي حول الأسباب التي تدفع في اتجاه الاهتمام بالتربية الإعلامية في المنهج الدراسي، وتقييم أهداف المحتوى ومعارفه ومهارته وقيمه، التي تشمل الاستخدام الواعي للوسائل، والاختيار الناقد للرسائل، والمشاركة الإيجابية في إنتاج المحتوى.

رابعاً: مشكلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف إلى آراء الخبراء من النخب الإعلامية والتربوية في المملكة العربية السعودية نحو مدى الحاجة إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، والأسباب التي تدفع إلى إقرارها، والأهمية التعليمية التي تنطلق منها، والمستوى التعليمي الذي تقدم فيه، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، والمحتوى المعرفي والمهاري والقيم الذي ينبغي أن تتناوله، والأسإلىب التي ينبغي الأخذ بها لتحقق التربية الإعلامية أهدافها.

خامسًا: أهداف الدراسة

1. دراسة مدى الحاجة إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية.
2. التعرف إلى الأهمية التعليمية للتربية الإعلامية، والأسباب التي تدفع إلى إقرارها ضمن المنهج الدراسي.
3. تحديد المستوى التعليمي الذي تدرس فيه التربية الإعلامية، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.

4. توصيف المحتوى المعرفي والمهاري والقيمي الذي ينبغي أن تتضمنه مادة التربية الإعلامية في المنهج الدراسي.
5. رصد الأساليبب التي ينبغي الأخذ بها لتحقق التربية الإعلامية أهدافها في العملية التعليمية.

سادسًا: تساؤلات الدراسة

1. ما مدى الحاجة إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المنهج الدراسي؟
2. ما الأهمية التعليمية للتربية الإعلامية في المجتمع؟
3. ما الأسباب التي تدفع إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المنهج الدراسي؟
4. ما المستوى التعليمي المناسب لتدريس مادة التربية الإعلامية فيه؟
5. ما الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها؟
6. ما المحتوى المعرفي والمهاري والقيمي الذي ينبغي أن تتضمنه مادة التربية الإعلامية في المنهج الدراسي؟
7. ما الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقق مادة التربية الإعلامية أهدافها في العملية التعليمية؟

سابعًا: فروض الدراسة

1. توجد فروق دالة إحصائيًّا بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة «التربية الإعلامية» في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير النوع.
2. توجد فروق دالة إحصائيًّا بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة «التربية الإعلامية» في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير التخصص.
3. توجد فروق دالة إحصائيًّا بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة «التربية الإعلامية» في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير الخبرة.

ثامنًا: المرجعية النظرية للدراسة

تستند الدراسة في أساسها النظري إلى ثلاثة مداخل، تمثل منطلقًا يقود الدراسة نحو تفسير علمي لموضوعها، عبر إرث معرفي خضع للتجريب والبرهنة يمكن الاطمئنان

له والأخذ بمقتضاه في هذا المجال الحيوي، الذي يستهدف فئة مهمة في المجتمع وهي الشباب، وهذه المداخل هي:

1. مدخل الحماية:

يستند مدخل الحماية في علاقته بالتربية الإعلامية 0 إلى فرضية أنّ المواد الإعلامية المعروضة ستجعل الأفراد يرغبون في تقليد ما يعرض، ومن ثَمَّ فأنّ سياسة المنع والتجريم ستعمل على حماية الأفراد والمجتمع من هذه المخاطر، وتتخذ الدول مجموعة من التدابير في سبيل ذلك، منها: سن القوانين الخاصة بالنشر والبثّ الإعلامي، والتشفير، والتنقية من خلال حجب المشاهد غير الملائمة.

2. مدخل التناول الناقد للمضامين الإعلامية:

يطلق على هذا المدخل الاتجاه الحديث للتربية الإعلامية في التعامل مع وسائل الإعلام، ويستند هذا المدخل إلى أنّ التناول الناقد للمادة الإعلامية يؤدي إلى تهيئة فرد ناقد ومحلل، وقد تبنت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) هذا المدخل من خلال تطوير المعارف، والمهارات، والسلوكيات التي تدعم نمو الوعي النقدي وتشجعه؛ وبالتّالي، رفع كفاءة مستخدمي وسائل الإعلام، وإكسابهم مهارات التعرض النقدي لوسائل الإعلام، بما يساعد على حمايتهم من الآثار السلبية للرسائل الاتصاليّة.

3. نظرية المسؤولية الاجتماعية:

انطلقت الفرضية الرئيسة لنظرية المسؤولية الاجتماعية من مبدأ الحرية باعتبارها حق، وواجب، ومسؤولية في الوقت نفسه، وهذا يعني أنّ منتج الرسالة الإعلامية لا يملك الحرية المطلقة في بث ونشر ما يريد، ولكنه مطالب بالموازنة بين الحرية والمسؤولية التي تفرض عليه أداء وظيفته المجتمعية بما ينسجم مع قيم المجتمع وثقافته السائدة، ومع التطورات التي شهدتها البيئة الاتصاليّة أصبح الجمهور مسؤولا عن إنتاج الرسالة الإعلامية ومستهلكًا لها، وهو ما جعل رواد هذه النظرية يضيفون بُعدًا آخر لهذه النظرية ظهر على يد الباحث الأمريكي مونتجوميري(Montgomery\1966) ، يرتكز على أنّ نظرية المسؤولية الاجتماعية لا تهدف فقط إلى المحافظة على قيم المجتمع وخصوصيته، والدقة والموضوعية عند تقديم المعلومات في وسائل الإعلام، وإنّما تشمل مسؤولية الجمهور في أن يفكر بشكل نقدي في الرسالة الإعلامية التي يستقبلها، وأن لا يقبلها قاعدة مسلم بها؛ فعليه إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية نقديًّا،

ومعرفة مدى توافقها مع أفكاره ومعتقداته ومصالحه، وهو اتجاه نظري يفسر بُعدًا من أبعاد التربية الإعلامية.

تاسعًا: الإطار المعرفي للدراسة

- **التربية الإعلامية**

ظهر مفهوم التربية الإعلامية في نهاية عقد الستينيات من القرن الماضي، وتطور فهم هذا المصطلح بدرجة تصاعدية؛ حيث ركز الخبراء في البدايات الأولى على استخدام أدوات الاتصال لتحقيق منافع ملموسة كوسيلة تعليمية، ومع بداية عقد السبعينيات بدأ ينظر إلى التربية الإعلامية على أنّها تعليم بشأن الإعلام، وبشأن تكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة، والتعبير عن الذات بوصفه جانبًا من المعرفة الإنسانية الأساس، كما بدأ ينظر إلى التربية الإعلامية على أنّها مشروع دفاع هدفه حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، والتركيز على كشف الرسائل المزيفة والقيم الغريبة، والتشجيع على رفضها وتجاوزها.

بالتّالي، فأنّ التربية الإعلامية هي: الجهود المخططة للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقهم الاتصاليّة، من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، والتحليل الناقد للرسائل، والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره، وثبات النظام الاجتماعي، ودعم المعايير الثقافية والأخلاقية والمشاركة الديمقراطية.

يستخلص من ذلك أنّ التربية الإعلامية تركز على مهارات التعرض النقدية لوسائل الإعلام، وأنّ أهم مهارات التربية الإعلامية تتضمن: الفهم التحليلي والتأملي لوسائل الإعلام، وفهم المكونات الفنية والجماليّة، وفهم أبنية المؤسسات الإعلامية، والسياق الاقتصادي والاجتماعي لها، والقدرة على التفاعل مع وسائل الإعلام في إنتاج المواد الإعلامية، والتأثير على متخذي القرار في تلك الوسائل.

وتمثل التربية الإعلامية مفهومًا شاملاً يُعنى بطريقة التعبير والوصول إلى الإعلام، وتقييم الإعلام تقييمًا ناقدًا، والوعي بإمكانات الإعلام ومخاطرها في بيئته الرقمية، بالاعتماد على الاتصال اعتمادًا كليًا، من أجل تحقيق أهداف إعلامية تربوية بناءً على مُعطيات معرفية ومهارية للتعامل مع الإعلام وما يبثه من رسائل مختلفة ذات مضامين

ظاهرة أو خفية.

وتتعدّد أهداف التّربية الإعلامية نتيجة لتنوع معاييرها، ونظرياتها، وارتباطها بمفاهيم أخرى، مثل الوعي الإعلامي، والثقافة الإعلامية، وتركيزها على المضامين والمعلومات التي يتلقاها الجمهور؛ إلا أنّها تجتمع في ضرورة إكساب الجمهور المتلقي الفهم الناقد، والتحليل، والاستنتاج، والاختيار لكل ما يتفق مع مبادئ الفرد وقيمه، واستبعاد كل ما يُخالف ذلك؛ وتهدف التربية الإعلامية لتشمل تحويل الجمهور من الاستهلاك السلبي لوسائل الإعلام، إلى فهم دورها في بناء وجهات النظر تجاه الواقع الذي يعيشه، أي تمكن الفرد؛ ليكون ناقدًا يتحكّم بتفسير ما يتلقاه، وهو ما يعرف بنموذج المتلقي النشط، ويمكن الإشارة إلى أهم أهداف التربية الإعلامية فيما يأتي:

1. حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة.
2. تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاهدة الواعية.
3. إكساب الأفراد المبادئ الأساسيّة لتحليل كل ما يُقدم من مضامين إعلامية وتفسيرها ونقدها.
4. مساعدة الأفراد على التعبير عن آرائهم بحرية.
5. دعم الهوية الثقافية والمحافظة عليها.
6. إمداد الأفراد بالمعلومات والمعارف لفهم الأيدولوجيات الخاصة بوسائل الإعلام التي تسعى إلى تحقيقها.
7. تزويد الأفراد بالخبرات اللازمة لمساعدتهم على الاستخدام الأمثل لوسائل تكنولوجيا الاتصال، ومواكبة التطورات المستمرة والسريعة في المجتمع المعلوماتي المُحيط بهم.
8. تحقيق التّمسك بالعقيدة، والقيم الدينية عند التقييم، والحكم على صلاحية المضامين الإعلامية.
9. تحقيق الاتصال الفعال بين فئات المجتمع ووسائل الإعلام كافة.
10. تزويد الأفراد بالثقافة الإعلامية الهادفة لحصر ونقد ما يُشاهدون ويتلقون.
11. تكوين جيل قوي منتج ومبدع يُسهم في تنمية بلاده، وعلى وعيٍ بمصالحه.

12. اكتساب المهارات والخبرات التي يحتاجها النشء لفهم آلية الإعلام وتهيئتهم للمشاركة الإعلامية في ضوء أخلاقيات المجتمع وضوابطه.

13. الوعي بأهمية اختيار الوسائل الإعلامية، واستكشاف القضايا الأعمق خصوصًا الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية حول الإعلام.

14. فهم الوسائل الإعلامية وتفسيرها واكتشاف ما تحمله مضامينها من قيم.

15. إنتاج مضامين إعلامية وإيصالها إلى الجمهور المستهدف.

- **التربية الإعلامية في عصر المنصات الإعلامية الجديدة:**

أسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائل الإعلام والتعبير؛ حيث أتاحت فرص إنتاج المضامين للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية جديدة، عبر منتديات الدردشة والحوار والصّفحات الشّخصية والمدونات.

فقد ساعدت تطورات الجيل الثاني لشبكة الويب (Web 2) في إتاحة المواقع الرقمية على هذه الشبكة بسهولة، ومن دون تكلفة عالية، كما أتاحت أدوات الكتابة والتحرير والتصميم لهذه المواقع والاعتماد عليها كوسائل جديدة للنشر، تساعد الجمهور في المشاركة الفعالة، وصناعة الفكر النقدي للرسائل التي ينتجونها، ومن ثم يرسلونها.

وأدّت هذه التحوّلات إلى تغيير في شكل ومضمون الخطاب الإعلامي المعاصر، ويبرز هذا التغيير في توسيع مجال تداول المعلومات، فقد أصبح بإمكان الفرد العادي أن يشارك في إنتاج المضامين الإعلاميّة المتنوعة وبأسلوب يصل إلى الاحترافية في بعض الحالات، كما شمل التغيير أيضًا القضاء على احتكار المعلومات، وتوسيع مجال تداولها، إضافة إلى حرية تداولها من دون أي رقابة.

كل هذه التغيرات تفرض أسلوبًا جديدًا في التعامل مع هذه البيئة الإعلامية الجديدة، وهو أسلوب يبتعد عن الرقابة وعن فرض القيود، ويرتكز على إرساء مفاهيم جديدة تتناسب وخصائص هذا النوع من الإعلام، أسلوب يقوم على تهيئة الفرد وتدريبه فى مراحل مبكرة على كيفية التعامل مع مختلف أشكال الإعلام الجديد.

وقد بدأت المدارس البحثية الإعلامية تدرك أهمية التربية الإعلامية في ظل التطورات التي حدثت في عصر الإعلام الجديد، والوفرة غير المسبوقة في الخيارات الإعلاميّة

المتاحة أمام الجمهور، وزيادة المخاوف من التأثيرات السلبية على المتلقي، ممّا استوجب الحاجة الماسة إلى تنمية الجوانب الإبداعية والتفكير النقدي لدى الجمهور، خصوصًا الأجيال الجديدة من الشباب، لتواجه التحديات الكبيرة في عصر الفضاءات المفتوحة، وتسهم في تكوين الصّحفي المواطن المنتج للرسالة الاتصاليّة المسؤولة، والمواطن المتلقي للرسالة الاتصاليّة تلقيًّا نقديًّا مدركًا وواعيًا.

الأمر الذي بات يطرح العديد من التساؤلات حول ما إذا كانت افتراضات نظرية حراسة البوابة (Gatekeeper Theory) لا تزال قائمة، أم أنها تراجعت في ظل موجة تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، وإشراك المستقبل في عملية إنتاج المضامين ومشاركتها، وتمكّنه في حالات أخرى من المشاركة في صنع القرار سواء كان هذا بطريقة مباشرة أو غير مباشرة؛ وبالتالي، انتقال الرقابة إلى الجمهور المتلقي.

لقد أتاحت شبكة الأنترنت آفاقًا جديدة غيّرت من طبيعة حارس البوابة، وأسهمت بشكل كبير في القضاء على احتكار المعلومات والأخبار من قبل وسائل الإعلام التقليدية، فالفرد لم يعد بحاجة لحارس بوابة ينوب عنه، فهو يختار بكل حرية ما يشاهده، وما يتابعه، وفي الوقت المحدد الذي يختاره، الأمر الذي أدّى إلى بروز قوى جديدة لنقل الأخبار ونشر المعلومات، هذه القوى تعمل بالموازاة مع السلسلة التي تمر بها المعلومة ضمن نظرية حراسة البوابة، ولكنها تؤدي وظيفة عكسية حيث يقوم الاتجاه القديم على حجب المعلومات والأخبار، وحماية الأسرار لصالح القوى السياسية والاقتصادية؛ أمّا الاتجاه الجديد فيهدف إلى تتبع المعلومات المتستر عليها ونشرها، وذلك لصالح الجمهور الأكبر، الذي يهدف إلى التغيير في شتى مجالات الحياة.

أصبحت العلاقة تفاعلية تشاركية، بما فيها القدرة لدى الجمهور على اختيار المادة المناسبة بالشكل المناسب، وفي الوقت الملائم، ما يزيح عن الجمهور صفة السلبية في التلقي، وعن الوسائل الإعلامية صفة التلقين، فقد زاد هامش التواصل والرّدّ على أسئلة القراء وتعليقاتهم، وباتت المشاركات في موضوعات مفتوحة عبر الشبكة أمرًا شائعًا، لم يكن متاحًا من قبل.

وتعدّ المضامين المنتجة من قبل مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة ذات أهمية بالغة في توجيه الرأي العام، فقد أصبحت تمثل مصدرًا موازيًا ومنافسًا للمعلومات والأخبار، حيث لا يقتصر اعتماد الجمهور على المصادر الرسمية فقط، بل أنّ مقاطع الفيديو، والصور،

والتعليقات الإخبارية، والردود، والتفاعل الذي يحيط بالمقالات والمواد المنشورة التي يتم تبادلها بين المستخدمين، من أهمّ النشاطات التي تستقطب إليها جمهورًا أكبر، ما دفع لوصفها بالبديل للصحافة التقليدية، وأنّها تمثل أداة تصحيحية لما يقع من أخطاء في الإعلام التقليدي.

واستنادًا إلى هذه الحالة، وفي إطار مفهوم التربية الإعلامية وأهدافها وموضوعها، فأنّ الباحث يرى أنّ التربية الإعلامية لا تنحصر في استخدام وسائل الإعلام وتقنياته في العملية التعليمية، كما لا يمكن حصرها في كيفية التّعامل مع الوسائل، وطرق التعرض لها وآليات استخدامها، أو في التحذير من أخطار المحتوى الإعلامي وتأثيراته السلبية فقط، ولكن التربية الإعلامية تنتظم في ثلاثة محاور رئيسة هي:

- **المحور الأول:** رفع مستوى الوعي باستخدام وسائل الإعلام، ومعرفة طبيعتها، ومنطلقاتها الفلسفية والمهنية، وتنمية القدرة على ممارسة الحق في الاتصال والتعرض لوسائل الإعلام.
- **المحور الثاني:** تعزيز روح المسؤولية والقيمية والأخلاقية في بناء الرقابة الذاتية لدى الفرد في التعامل مع المحتوى الإعلامي، وفك رموزه وفهم أبعاده، وإيديولوجية منتجيه، وتنمية مهارات التفكير الناقد لاختيار الوسائل، والتحليل الناقد للرسائل.
- **المحور الثالث:** التمكن من مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي، والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني لنشر محتوى إعلامي قادر على المساهمة الإيجابية في نمو المجتمع واستقراره.

عاشرًا: الدراسة الميدانية

الإجراءات المنهجية للدراسة

- **نوع الدراسة ومنهجها:**

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، التي تسمح بوصف الظاهرة المدروسة وتحليلها، وقد وظفت المنهج العلمي الكمّي وفق إجراءات منهج المسح الميداني باستخدام أداة الاستبانة المتبعة في الدراسات الإعلامية، إذ يتيح للباحث استخدام الطرق، والأساليب الإحصائية؛ للتعرّف إلى اتجاهات النخب التربوية والإعلامية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم.

- **مجتمع الدراسة وعينتها**

استهدفت الدراسة النخب التربوية والإعلامية بفئاتها المختلفة مجتمعًا للبحث، واستخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية الطبقية، للوصول إلى عدد من المفردات الممثلة لكل فئة، وهذه الفئات هي:

1. الأكاديميون التربويون، وهم المتخصصون في الدراسات التربوية، ويعملون في الجامعات، ويقدمون الاستشارات العلمية في مجال التربية بفروعها المختلفة.
2. الأكاديميون الإعلاميون، وهم المتخصصون في الدراسات الإعلامية، ويعملون في الجامعات، ويقدمون الاستشارات العلمية في المجالات الإعلامية بفروعها المختلفة.
3. القياديون التربويون، وهم قادة المدارس والموجهون التربويون ومن هم في مراتب عليا في مجال التعليم.
4. القياديون الإعلاميون، وهم رؤساء التحرير ومديرو القنوات التلفزيونية، والمحطات الإذاعية، ومدير التحرير ونوابهم، والمشرفون على البرامج، ومن هم في مراتب أعلى في المؤسسات الإعلامية.
5. المهنيون التربويون، وهم ممارسو العمل التربوي في مجال التدريس والإرشاد والنشاط المدرسي ممن لهم خبرة تزيد عن عشر سنوات في مجال المهنة.
6. المهنيون الإعلاميون، وهم الممارسون للعمل الإعلامي في صناعة المحتوى في الوسائل المختلفة، ممن لهم خبرة تزيد عن عشر سنوات في مجال المهنة.

وكان الهدف الحصول على (50) مفردة لكل فئة، وقد وزع الباحث (70) استبانة لكل فئة، استجاب منهم (176) مفردة، مثلت الفئات المستهدفة من النخب التربوية والإعلامية، وقد جاء التوزيع - وفقًا لهذا التقسيم واستنادًا لتعاون المستهدفين- متفاوتًا؛ بلغ من الأكاديميين التربويين (17) مفردة، ومن الأكاديميين الإعلاميين (38) مفردة، ومن القياديين التربويين (37) ومن القياديين الإعلاميين (25) ومن المهنيين التربويين (38) ومن المهنيين الإعلاميين (17) مفردة.

- **أداة جمع البيانات**

استخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع معلوماتها باعتبارها الأنسب في تحقيق أهداف الدراسة المسحية للتحليل الكمي لمتغيرات الظاهرة، بما يعبر عنها بصورة موضوعية،

وقد استند الباحث في بناء التساؤلات ومؤشرات قياس متغيرات الدراسة إلى عدد من الدراسات السابقة في ضوء أهداف الدراسة ومتغيراتها، وطبق الباحث الاستبانة على عينة تجريبية مقدارها (35) مفردة من العينة المستهدفة للتحقق من صدق الاستبانة وثباتها.

ولتحديد مستوى الإجابة عن بنود الأداة تسهيلًا لتفسير النتائج أعطى الباحث وزنًا للبدائل التي اعتمدت عليها إجابات المبحوثين: (مهم جدًا=3، مهم=2 ،غير مهم=1)، وصنّف تلك الإجابات إلى ثلاثة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة الآتية:

طول الفئة = (أكبر قيمة-أقل قيمة) ÷ عدد بدائل الأداة = (3-1) ÷ 3 = 0.67، لنحصل على التصنيف الآتي:

جدول رقم (1)

توزيع للفئات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	مدى المتوسطات
مهم جدًا	2.34 – 3.00
مهم	1.68 – 2.33
غير مهم	1.00 – 1.67

- **الصّدق:**

اختبر الباحث الصّدق الظاهري لعناصر الاستبانة عبر عرضها على محكمين، وتطويرها في ضوء ملحوظاتهم واقتراحاتهم، ومِن ثَمَّ تم إجراء اختبار الاتساق الداخلي (بيرسون) لعناصر الاستبانة الذي يستهدف قياس درجة ارتباط عناصر كل محور بالدرجة الكلية للمحور المنتمي إليه، إذ تعبر قوة الارتباط ودلالته الإحصائية على نسبة عالية من تحقق الصدق في تعبير العنصر عن المفهوم العام الذي يقيسه، ودرجة انتمائه له، وجاءت نتائج الاختبار وفق ما يلي:

المحور الأوّل: دواعي إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم

جدول رقم (2)

معاملات ارتباط بنود المحور الأوّل دواعي إقرار مادة

التربية الإعلاميّة في مناهج التّعليم بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه

(العينة الاستطلاعية: ن=35)

البعد	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم	1	**0.8387	3	**0.7982	5	**0.8534
	2	**0.8282	4	**0.7973		
مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي	1	**0.8875	4	**0.8255	7	**0.7190
	2	**0.8255	5	**0.7470	8	**0.9113
	3	**0.8243	6	**0.8449		

** دالة عند مستوى 0.01

المحور الثاني: محتوى مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم

جدول رقم (3)

معاملات ارتباط بنود المحور الثاني محتوى مادة التربية

الإعلاميّة في مناهج التّعليم بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه (العينة الاستطلاعية: ن=35)

البعد	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية	1	**0.8143	6	**0.7720	11	**0.8362
	2	**0.7905	7	**0.7178	12	**0.8054
	3	**0.7105	8	**0.7082	13	**0.8546
	4	**0.8002	9	**0.7465		
	5	**0.7761	10	**0.8525		
المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	1	**0.8632	3	**0.8728	5	**0.7494
	2	**0.8700	4	**0.8645		
المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	1	**0.8860	3	**0.8775	5	**0.8255
	2	**0.8381	4	**0.7926		
القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب	1	**0.9608	3	**0.9304	5	**0.9390
	2	**0.9456	4	**0.9760	6	**0.9634

** دالة عند مستوى 0.01

المحور الثالث: أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم

جدول رقم (4)

معاملات ارتباط بنود المحور الثالث

أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم بالدرجة الكلية للمحور (العينة الاستطلاعية: ن=35)

م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
1	**0.8742**	5	**0.8996**
2	**0.8890**	6	**0.7889**
3	**0.6554**	7	**0.7954**
4	**0.8597**	8	**0.9060**

** دالة عند مستوى 0.01

وتشير النتائج في الجداول الثلاثة (2،3،4) إلى أنّ نتيجة معامل الارتباط (بيرسون) لعبارات محاور الاستبانة تراوحت قيمتها ما بين (0.7105) و(0.9760)، وهي دالة إحصائيًا لجميع المؤشرات، وهو ما يؤكد الصّدق الإحصائي للاستبانة.

- **الثبات:**

قاس الباحث ثبات الاستبانة إحصائيًّا باستخدام معامل «ألفاكرونباخ» بتطبيق الاختبار مرتين: المرة الأولى على العينة الاستطلاعية، والثانية على مجموع مفردات العينة، وهذا الاختبار عبارة عن متوسط معامل الارتباط لمؤشرات أو عبارات كل محور فيما بينها، وهو قائم على مبدأ أنّ الارتباط بين مؤشرات المحور يشير إلى أنّ هذه المؤشرات تنتمي إلى محور واحد، وقد جاءت نتائج اختبار الثبات للاستبانة كما تظهر في الجدول الآتي:

جدول رقم (5)

معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد ومحاور الدراسة (العينة الاستطلاعية: ن=35)

البعد/المحور	عدد البنود	معامل ثبات ألفا كرونباخ
الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم	5	0.88
مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي	8	0.93
الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية	13	0.94
المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	5	0.90
المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	5	0.90
القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب	6	0.98
المحور الثالث: أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم	8	0.93

يشير الجدول رقم (5) إلى أنّ نتائج اختبار معامل الثبات تراوحت قيمته لجميع محاور الدراسة، للعينتين الاستطلاعية والكلية، ما بين (0.88) و(0.98)، وتدل هذه الدرجات على مستوى عالٍ من الثبات والتجانس الداخلي لمؤشرات محاور الاستبانة.

حادي عشر: نتائج الدراسة:

1 - السمات الديموغرافية لعينة الدراسة:

جدول رقم (6)

توزيع عيّنة الدّراسة وفق بياناتهم الأساسية

المتغيرات	التّصنيف	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	112	63.6
	أنثى	64	36.4
التخصص	إعلام	80	45.5
	تربية	96	54.5
المجال الوظيفي	أكاديمي إعلامي	38	21.6
	أكاديمي تربوي	21	11.9
	مهني إعلامي	17	9.7
	مهني تربوي	38	21.6
	قيادي إعلامي	25	14.2
	قيادي تربوي	37	21.0
الدرجة العلمية	بكالوريوس	87	49.4
	ماجستير	45	25.6
	دكتوراه	44	25.0
عدد سنوات الخبرة	عشر سنوات فأقل	46	26.1
	أكثر من عشر سنوات	130	73.9
المجموع		176	100.0

أفادت بيانات الدّراسة كما ظهرت في الجدول رقم (6) أنّ عيّنة الدّراسة توزعت وفقًا لسمة النوع إلى (63.6%) للذكور مقارنة بما نسبته (36.4%) للإناث من إجمالي المبحوثين؛ ممّا يدل على أنّ غالبيّة المبحوثين من الذكور، بينما أفادت البيانات إلى أن ما يزيد عن نصف عينة الدراسة من المتخصصين في مجال الإعلام بنسبة (54.5%)، مقارنة بالمبحوثين المنتسبين لمجال التربية والذي بلغت نسبتهم (45.5%) من إجمالي العيّنة، ويأتي الأكاديميون الإعلاميون والمهنيون التربويون في مقدمة المجالات الوظيفية التي ينتسب إليها المبحوثون بنسبة (21.6%) لكل منهما على حده، تليهم القيادات التربوية في المرتبة الثانية بنسبة (21%)، ثم القيادات الإعلامية في المرتبة الرابعة بنسبة (14.2%)، بينما جاء الأكاديميون التربويون في المرتبة الخامسة بنسبة (9.7%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء المهنيون الإعلاميون بنسبة (9.7%) من إجمالي عينة الدراسة.

وأشارت النتائج إلى أنّ ما يقارب من نصف عينة المبحوثين من حملة درجة البكالوريوس بنسبة (49.4%)، تليهم الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة (24.6%) بفارق طفيف جدًا عن الحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة (25%) من إجمالي المبحوثين، ويتمتع معظم المبحوثين بنسبة (73.9%) بخبرة تزيد عن عشر سنوات، مقارنة بما نسبته (26.1%) ممن تتراوح خبرتهم ما بين عشر سنوات فأقل، وتشير هذه البيانات إلى أنّ المبحوثين عينة الدراسة على درجة عالية من الوعي بأهمية موضوع الدراسة؛ فضلًا عن أنّهم تتوافر لديهم المعايير العلمية لإطلاق مسمى النخب العلمية عليهم.

2 - اتجاهات المبحوثين نحو مدى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامي في مناهج التعليم

جدول رقم (7)

توزيع إجابات الدراسة حول وفق رأيهم بمدى

ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامي في مناهج التعليم

الإجابة	العدد	النسبة
غير ضروري	6	3.4
ضروري	64	36.4
ضروري جدًا	106	60.2
المجموع	176	100.0

أشارت بيانات الظاهرة في جدول النتائج رقم (7) إلى أنّ معظم المبحوثين بنسبة (96.6%) يؤكدون على ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم؛ وذلك على مستوى درجتين من الضرورة، أولاهما ضرورة الإقرار جدًا بنسبة (60.2%)، وثانيهما ضرورة الإقرار فقط بنسبة (36.4%)، وذهب البعض بنسبة لا تتجاوز (3.4%) إلى عدم ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم.

3 - أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي:

جدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازليًا لإجابات عيّنة الدراسة حول

مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي

العبـارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
الوعي الإعلامي مهم في مواجهة تدفق المعلومات وانتشارها.	2.77	0.49	1
مواجهة التطرف بجوانبه كلها (الفكري، والديني، والسياسي).	2.75	0.51	2
الإسهام في تنقية المحتوى الإعلامي من المضامين الضارة.	2.66	0.57	3
التربية الإعلامية قضية تربوية مهمة وضرورية للمجتمع السعودي.	2.64	0.56	4
تعريف الأجيال الناشئة بالتحولات الحضارية، والتحديات الإعلامية المعاصرة.	2.64	0.57	4
الاستفادة من مصادر الإعلام في مساعدة الطلاب في المحافظة على هويتهم الثقافية.	2.61	0.56	6
الإسهام في ربط المنهج الدراسي بالحياة المعاصرة.	2.61	0.59	6
تحقيق قدر من التكامل بين وسائل الإعلام والمؤسسة التعليمية.	2.60	0.59	8
المتوسط* العام	2.66	0.45	

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

أظهرت بيانات جدول نتائج الدراسة رقم (8) أنّ النخب الإعلامية والتربوية عيّنة الدراسة أكّدت على أهمية التربية الإعلامية في العملية الإعلامية بدرجة عالية بلغ متوسطها العام (2.66)، وأنّ ذلك يعود في الدرجة الأولى إلى أنّ تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها تمثل أبرز المؤشرات الدالة على أهميّة التربية الإعلامية على مستوى العملية التعليمية في المجتمع السعودي بمتوسط حسابي (2.77)، تليها في المرتبة الثانية مواجهة التطرف بجوانبه كلّها (الفكري، والديني، والسياسي) بمتوسط حسابي (2.75)، ثم الإسهام في تنقية المحتوى الإعلامي من المضامين الضارة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.66)، ثم توالت الأسباب التي تدفع إلى أهمية التربية الإعلامية، بينما جاء مؤشر تحقيق قدر من التكامل بين وسائل الإعلام والمؤسسة التعليمية الذي احتلّ المرتبة الثامنة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.60) من إجمالي الترتيب.

4 - الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم:

جدول رقم (9)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازليًا لإجابات عيّنة الدراسة حول

الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامي في مناهج التعليم

الأسباب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
مخاطر المحتوى العابر للحدود على الثقافة المحلية والهوية الوطنية.	2.66	0.54	1
سهولة الوصول للمحتوى والتعرض له من قبل كافة أفراد المجتمع وشرائحه.	2.61	0.59	2
صعوبة الرّقابة على إنتاج المحتوى.	2.55	0.59	3
إمكانية إنتاج المحتوى ونشره من قبل أفراد المجتمع دون قيود.	2.48	0.64	4
اتساع هامش الحرية.	2.35	0.64	5
المتوسط* العام	2.53	0.47	

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

يتضح من بيانات الجدول رقم (8) أنّ مخاطر المحتوى العابر للحدود على الثقافة المحلية والهوية الوطنية تأتي في مقدمة الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامي في مناهج التعليم بمتوسط حسابي (2.66)، يليها في الترتيب الثاني سهولة الوصول إلى المحتوى والتعرض له من قبل أفراد المجتمع كله وشرائحه بمتوسط حسابي (2.61)، بينما احتل صعوبة الرقابة على إنتاج المحتوى على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.55) من إجمالي المتوسط العام لاستجابات المبحوثين، في حين جاء كُلٍ من: إمكانية إنتاج المحتوى ونشره من قبل أفراد المجتمع دون قيود، واتساع هامش الحرية في المرتبة الرّابعة والخامسة بمتوسط حسابي (2.48، 2.35) على الترتيب من إجمالي العام لاستجابات المبحوثين.

5 - المرحلة التّعليميّة المناسبة لإقرار مادّة التربية الإعلامية فيها:

جدول رقم (10)

توزيع إجابات عيّنة الدّراسة حول المرحلة التّعليمية التي يرون

ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية فيها

المرحلة التعليمية	العدد	النسبة
المرحلة الثانوية	89	50.6
المرحلة المتوسطة	57	32.4
المرحلة الابتدائية	16	9.1
المرحلة الجامعية	14	8.0
المجموع	176	100.0

أوضحت بيانات الجدول رقم (9) أنّ (50.6%) من النخب الإعلامية والتربوية عيّنة الدّراسة يرون أنّ المرحلة الثانوية تمثل أنسب المراحل التعليمية لإقرار مادة التربية الإعلامية، تليها المرحلة المتوسطة بنسبة (32.4%)، ثم المرحلة الابتدائية بفارق طفيف عن المرحلة الجامعية التي احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة (9.1%، 8%) على التوالي من إجمالي عيّنة الدّراسة.

6 - الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية:

جدول رقم (11)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازليًا لإجابات عينة الدراسة حول مدى

أهميّة الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية

الأهداف	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
تنمية الرقابة الذاتية المستمدة من مبادئ الإسلام في استخدام المحتوى الإعلامي.	2.76	0.49	1
تنمية القدرة على الاختيار الواعي للمحتوى الإعلامي.	2.70	0.54	2
تنمية القدرة على كشف المصادر غير الموثوقة في إنتاج المحتوى الإعلامي.	2.70	0.55	2
إكساب الطلاب المهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام.	2.69	0.54	4
مساعدة الطلاب على توظيف مصادر الإعلام في تنمية قيمة الانتماء للوطن.	2.62	0.56	5
تنمية قدرة الطلاب على استيعاب تقنيات العصر الرقمي وآليات التفاعل معه.	2.59	0.57	6
تنمية قدرة الطلاب على توظيف مصادر الإعلام في اكتساب المعرفة وتطبيقاتها.	2.56	0.57	7
تزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة الإعلامية.	2.56	0.58	7
معرفة أخلاقيات الإعلام وتشريعاته وضوابط إنتاج محتواه.	2.52	0.65	9
تنمية قدرة الطلاب على الاستفادة من مصادر الإعلام في تحقيق الاتصال الفعال.	2.51	0.58	10
تعزيز روح التعايش الإيجابي مع الآخرين.	2.46	0.65	11
إكساب مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي بمهنية وإيجابية.	2.40	0.67	12
معرفة طبيعة العمل الإعلامي ووسائله.	2.33	0.72	13
المتوسط* العام	2.57	0.44	

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

تبين نتائج الجدول رقم (10) أنّ النخب الإعلامية والتربوية عيّنة الدراسة يرون أنّ تنمية الرقابة الذاتية المستمدة من مبادئ الإسلام في استخدام المحتوى الإعلامي؛ تحتل المرتبة الأولى من جملة الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية بمتوسط حسابي (2.76)، بينما احتل هدف تنمية القدرة على كشف المصادر غير الموثوقة في إنتاج المحتوى الإعلامي المرتبة الثانية بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.70)؛ أمّا هدف «تنمية القدرة على الاختيار الواعي للمحتوى الإعلامي» فقد جاء في المرتبة الثالثة بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.70)، ثم توالت بقية الأهداف بنسب متقاربة ليأتي هدف «معرفة طبيعة العمل الإعلامي ووسائله» بالمرتبة الأخيرة بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.33).

7 - المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب:

جدول رقم (12)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازليًا لإجابات عينة الدراسة حول

المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب

المعارف	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
التعريف بأساليب التأثير الإعلامي.	2.63	0.58	1
التعريف بالأهداف السياسية والثقافية والاجتماعية والتجارية لمؤسسات وسائل الإعلام.	2.56	0.61	2
التعريف بمصادر المواد الإعلامية.	2.36	0.63	3
التعريف بمفاهيم الإعلام ووسائله.	2.34	0.66	4
التعريف بطرق عمل وسائل الإعلام.	2.32	0.63	5
المتوسط* العام	2.44	0.51	

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

أشارت البيانات المعروضة في الجدول رقم (11) فيما يتعلق برأي المبحوثين من النخب الإعلامية والتربوية حول ما ينبغي أن تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكاسبه للطلاب على المستوى المعرفي إلى أنّ «التعريف بأساليب التأثير الإعلامي» يمثّل أهم المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابه للطلاب بمتوسط حسابي (2.63)؛ ومن ثم «التعريف بالأهداف السياسية، والثقافية، والاجتماعية، والتجارية لمؤسسات وسائل الإعلام» بالمرتبة الثانية من قائمة المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.56)؛ بينما جاء «التعريف بمصادر المواد الإعلامية» بالمرتبة الثالثة، ثم توالت المجالات المعرفية التي يرى المبحوثون أنّه ينبغي لمقرر التربية الإعلامية أن يحققها بنسب متقاربة ليأتي «التعريف بطرق عمل وسائل الإعلام» في المرتبة الأخيرة من قائمة المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.32).

8 ـ المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب

جدول رقم (13)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازليًا لإجابات عينة الدراسة حول

مدى أهمية المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب

المهارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية.	2.70	0.54	1
مهارة قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها.	2.60	0.59	2
مهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية	2.60	0.59	2
مهارة حل المشكلات من خلال التعرض لوسائل الإعلام.	2.45	0.64	4
مهارة المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية.	2.38	0.66	5
المتوسط* العام	2.55	0.48	

* المتوسط الحسابي من (3) درجات

أظهرت نتائج الدراسة المعروضة في الجدول رقم (12) أنّ مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية؛ يحتل مقدمة المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب وفقا لاتجاهات النخب التربوية والإعلامية عيّنة الدراسة بمتوسط حسابي (2.70)، تلاها في المرتبة الثانية مهارتي: (أ) قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها (ب) اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية بمتوسط حسابي (2.60) لكل منهما على حدة، بينما جاءت مهارة حل المشكلات من خلال التعرض لوسائل الإعلام في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.45)، أمّا مهارة المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية فقد حصلت على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.38) من إجمالي المتوسط العام.

9 - القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب

جدول رقم (14)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازليًا لإجابات عينة الدراسة حول

مدى أهمية القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب

القيم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
تنمية القيم الإيمانية (الإيمان بالله، التقوى، الخوف من الله، المراقبة).	2.73	0.57	1
تنمية القيم الفكرية (التفكير، تقبل النقد، حرية التعبير، الحوار، الانفتاح على الآخر).	2.72	0.52	2
تنمية القيم الاجتماعية (التسامح، التعاون، احترام الآخرين).	2.71	0.55	3
تنمية القيم الخلقية (غض البصر، العفة، الحياء، حسن الخلق)	2.71	0.58	3
تنمية القيم الذاتية (تقدير الذات، المسؤولية، الالتزام).	2.70	0.55	5
تنمية القيم العلمية (الموضوعية، الأمانة العلمية، حب العلم والمعرفة).	2.68	0.57	6
المتوسط* العام	2.71	0.49	

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

أفادت بيانات الجدول رقم (13) إلى أنّ «تنمية القيم الإيمانية (الإيمان بالله، التقوى، الخوف من الله، المراقبة)»؛ تعدّ أبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة وفقًا لاتجاهات النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بمتوسط حسابي (2.73) بينما احتلت «تنمية القيم الفكرية (التفكير، تقبل النقد، حرية التعبير، الحوار، الانفتاح على الآخر)» المرتبة الثانية من أولوية القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة بمتوسط حسابي (2.72) وفي المرتبة الثالثة جاءت قيمة « تنمية القيم الاجتماعية (التسامح، التعاون، احترام الآخرين) « كأبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة بمتوسط حسابي (2.71) ثم توالت بقية القيم بنسب متقاربة بينما تراجعت قيمة «تنمية القيم العلمية (الموضوعية، الأمانة العلمية، حب العلم والمعرفة)» كأحد القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب في المرتبة الأخيرة وفقا لاتّجاهات المبحوثين بمتوسط حسابي (2.68).

10 - الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم

جدول رقم (15)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازليًا لإجابات عينة الدراسة حول

مدى أهمية الأساليب التي يتم الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم

م	الأساليب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	تأهيل مدرسين قادرين على تحقيق رسالة التربية الإعلامية.	2.77	0.49	1
2	تصميم مادة التربية الإعلامية من خلال متخصصين في مجال التربية والإعلام.	2.76	0.50	2
3	بناء برامج تدريبية يشارك فيها الطلاب في مجال قراءة وتحليل ونقد الرسائل الإعلامية لنشر ثقافة التربية الإعلامية.	2.69	0.53	3
4	توفير الإمكانات المادية والبشرية اللازمة للتربية الإعلامية في التعليم.	2.68	0.54	4

م	الأساليب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
5	إنشاء وسائل إعلامية ومعامل وتطبيقات في البيئة التعليمية تتيح للطلاب فرص المشاركة والتعبير عن الرأي.	2.66	0.56	5
6	وضع أهداف التربية الإعلامية متسقة مع أهداف المرحلة التعليمية الواردة في السياسة التعليمية في المملكة العربية السعودية.	2.63	0.60	6
7	تعزيز الاستفادة من الأنشطة الطلابية في خدمة التربية الإعلامية.	2.62	0.56	7
8	الاستعانة بالخبرات الدولية عند تصميم مادة التربية الإعلامية.	2.36	0.68	8
	المتوسط* العام	2.65	0.43	

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

كشفت نتائج الدراسة المعروضة في الجدول رقم (14) أنّ «تأهيل مدرسين قادرين على تحقيق رسالة التربية الإعلامية»، تأتي في مقدمة الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم بمتوسط حسابي (2.77) بينما جاء أسلوب «تصميم مادة التربية الإعلامية من خلال متخصصين في مجال التربية والإعلام»؛ في المرتبة الثانية من الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية في المرحلة التعليمية بمتوسط حسابي (2.76)؛ أمّا أسلوب «بناء برامج تدريبية يشارك فيها الطلاب في مجال قراءة، وتحليل، ونقد الرسائل الإعلامية لنشر ثقافة التربية الإعلامية »؛ فقد جاء في المرتبة الثالثة من الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية في المرحلة التعليمية بمتوسط حسابي (2.69)؛ ثم توالت بقية الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم ليأتي «أسلوب الاستعانة بالخبرات الدولية عند تصميم مادة التربية الإعلامية» في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.36).

11 - التباين في اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم

استهدفت الدراسة استكشاف مدى التباين في اتجاهات النخب التربوية والإعلامية نحو

إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم وفقًا لفروض الدراسة في ضوء متغيرات النوع، والتخصّص، والخبرة؛ وتم تصنيف قراءة هذه النتائج وفقًا لمتغيرات الدراسة بما يتناسب مع نوع الاختبار الإحصائي المناسب وجاءت النتائج كما يأتي:

12 - تباين اتجاهات النخب نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف النوع:

جدول رقم (16)

اختبار(ت) لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة حول

اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف نوع العينة

المحور / البعد	نوع العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية	ذكر	112	2.53	0.48	0.01	0.995	غير دالة
	أنثى	64	2.53	0.46			
مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية	ذكر	112	2.62	0.47	1.51	0.134	غير دالة
	أنثى	64	2.73	0.39			
الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها	ذكر	112	2.53	0.46	1.61	0.109	غير دالة
	أنثى	64	2.64	0.38			
المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	ذكر	112	2.41	0.54	1.29	0.198	غير دالة
	أنثى	64	2.51	0.45			
المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	ذكر	112	2.50	0.51	1.52	0.130	غير دالة
	أنثى	64	2.62	0.43			

المحور / البعد	نوع العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب	ذكر	112	2.62	0.54	3.55	0.000	دالة عند مستوى 0.01
	أنثى	64	2.85	0.32			
أسالبب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم	ذكر	112	2.61	0.46	1.72	0.087	غير دالة
	أنثى	64	2.72	0.36			

يتّضح من الجدول رقم (15) أنّ قيم (ت) غير دالة في الأبعاد: (الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية، مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية، الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها، المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم)، ممّا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم في تلك الأبعاد، تعود لاختلاف نوع العينة، عدا بعد القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب الذي جاءت قيمة (ت) دالة عند مستوى (0.01)، ممّا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائيّة بين استجابات عيّنة الدراسة حول القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب، تعود لاختلاف نوع العينة، وكانت تلك الفروق لصالح الإناث؛ وبالتالي، قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائيًّا بين اتّجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة «التربية الإعلامية» في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير النوع جزئيًّا، وهذا يعني أنّ النخب النسائية التربوية والإعلامية ترى أنّ تعليم القيم المتعلقة بالتربية الإعلامية ضرورية بدرجة أعلى من الذكور.

13 - تباين اتّجاهات النخب نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف التخصص:

جدول رقم (17)

اختبار (ت) لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة حول

اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف التخصص

المحور/ البعد	نوع التخصص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية	إعلام	80	2.57	0.40	0.96	0.338	غير دالة
	تربية	96	2.50	0.52			
مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية	إعلام	80	2.66	0.37	0.07	0.942	غير دالة
	تربية	96	2.66	0.50			
الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها	إعلام	80	2.53	0.37	0.99	0.322	غير دالة
	تربية	96	2.60	0.49			
المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	إعلام	80	2.46	0.44	0.41	0.686	غير دالة
	تربية	96	2.43	0.57			
المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	إعلام	80	2.46	0.42	2.29	0.023	دالة عند مستوى 0.05
	تربية	96	2.62	0.52			
القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب	إعلام	80	2.62	0.47	2.30	0.023	دالة عند مستوى 0.05
	تربية	96	2.78	0.49			
أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم	إعلام	80	2.68	0.36	0.86	0.391	غير دالة
	تربية	96	2.62	0.48			

يتّضح من الجدول رقم (17) أنّ قيم (ت) غير دالة في الأبعاد: (الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية، مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية، الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها، المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم)، أي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم في تلك الأبعاد، تعود لاختلاف نوع تخصص أفراد العينة، عدا قيم (ت) الدالة عند مستوى (0.05) في أبعاد: (المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، والقيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب).

ممّا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول المهارات والقيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها وتنميتها لدى الطلاب، تعود لاختلاف نوع تخصص أفراد العينة؛ وبالتّالي، قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائيًّا بين اتّجاهات النّخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة «التربية الإعلامية» في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير التخصص جزئيًّا، وهذا يعني أنّ النخب التربوية ترى أنّ تعليم القيم والمهارات المتعلقة بالتربية الإعلامية ضرورية بدرجة أعلى من النخب الإعلامية.

14 - تباين اتّجاهات النّخب نحو إقرار مادة التربية الإعلاميّة في التعليم باختلاف سنوات الخبرة:

جدول رقم (18)

اختبار (ت) لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف عدد سنوات الخبرة

المحور/ البعد	عدد سنوات الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية	عشر سنوات فأقل	46	2.66	0.34	2.68	0.009	دالة عند مستوى 0.01
	أكثر من عشر سنوات	130	2.48	0.50			
مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية	عشر سنوات فأقل	46	2.76	0.33	2.14	0.035	دالة عند مستوى 0.05
	أكثر من عشر سنوات	130	2.62	0.48			
الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها	عشر سنوات فأقل	46	2.64	0.34	1.25	0.211	غير دالة
	أكثر من عشر سنوات	130	2.55	0.47			
المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	عشر سنوات فأقل	46	2.54	0.41	1.48	0.142	غير دالة
	أكثر من عشر سنوات	130	2.41	0.54			
المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	عشر سنوات فأقل	46	2.58	0.41	0.60	0.547	غير دالة
	أكثر من عشر سنوات	130	2.53	0.51			
القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب	عشر سنوات فأقل	46	2.80	0.38	1.52	0.130	غير دالة
	أكثر من عشر سنوات	130	2.67	0.52			
أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم	عشر سنوات فأقل	46	2.70	0.30	1.15	0.254	غير دالة
	أكثر من عشر سنوات	130	2.63	0.46			

يتضح من الجدول رقم (17) أنّ قيم (ت) غير دالة إحصائيًّا في أبعاد: (الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها، المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب، أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم) ممّا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم في تلك الأبعاد، تعود لاختلاف عدد سنوات خبرة أفراد العينة.

بينما جاءت قيم (ت) دالة عند مستوى (0.05) فأقل في الأبعاد: (الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية، مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية) ممّا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية ومدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية، تعود لاختلاف عدد سنوات خبرة أفراد العينة؛ وبالتّالي، قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائيًّا بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة «التربية الإعلامية» في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير الخبرة جزئيًّا، وهذا يعني أنّ النخب الذين لديهم خبرات لعشر سنوات فأقل ترى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية وأهميتها في العملية التعليمية بدرجة أعلى من النخب الذين لديهم خبرات أكثر من عشر سنوات.

ثاني عشر: مناقشة النتائج وتفسيرها

دفع المشهد المتداخل للإعلام الجديد وتقنياته المتطورة، إلى بروز مفهوم التربية الإعلامية لينقل الرقابة الإعلامية من القائم بالاتصال إلى الجمهور، في رؤية تشير إلى أنّ التربية الإعلامية تعني الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تسعى إلى تنمية مهارات الفرد ليكون قادرًا على التعامل الإيجابي والواعي مع الإعلام وتقنياته، وتهيئتهم للمشاركة في صناعة المحتوى الإعلامي ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة، والتخلص من الانعكاسات السلبية لاستخدام وسائل الإعلام، والمحافظة على الهوية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية.

لذا، سعت هذه الدراسة إلى التعرف إلى آراء الخبراء من النخب الإعلامية والتربوية في المملكة العربية السعودية نحو مدى الحاجة إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن

المناهج الدراسية، والأسباب التي تدفع إلى إقرارها، والأهمية التعليمية التي تنطلق منها، والمستوى التعليمي الذي تقدم فيه، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، والمحتوى المعرفي والمهاري والقيمي الذي ينبغي أن تتناوله، والأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقق التربية الإعلامية أهدافها.

واستندت في أساسها النظري على ثلاثة مداخل هي: مدخل الحماية الذي ينطلق في علاقته بالتربية الإعلامية على فرضية أنّ المواد الإعلامية المعروضة ستجعل الأفراد يرغبون في تقليد ما يعرض، ومن ثم فأنّ سياسة المنع والتجريم ستعمل على حماية الأفراد والمجتمع من هذه المخاطر، وتتخذ الدول مجموعة من التدابير في سبيل ذلك، منها: سن القوانين الخاصة بالنشر والبث الإعلامي، والتشفير، والتنقية من خلال حجب المشاهد غير الملائمة، ومدخل التناول الناقد للمضامين الإعلامية الذي يستند إلى أنّ التناول الناقد للمادة الإعلامية يؤدي إلى إنتاج فرد ناقد ومحلل؛ وبالتالي، رفع كفاءة مستخدمي وسائل الإعلام، وإكسابهم مهارات التعرض النقدي لوسائل الإعلام بما يساعد على حمايتهم من الأثار السلبية للرسائل الاتصاليّة، ونظرية المسؤولية الاجتماعية التي انطلقت الفرضية الرئيسة لها من مبدأ الحرية باعتبارها حق، وواجب، ومسؤولية في الوقت نفسه؛ وهذا يعني أنّ منتج الرسالة الإعلامية لا يملك الحرية المطلقة في بث ما يريد ونشره، ولكنه مطالب بالموازنة بين الحرية والمسؤولية، ومع التطورات التي شهدتها البيئة الاتصاليّة أصبح الجمهور مسؤولا عن إنتاج الرسالة الإعلامية ومستهلكًا لها، وهو ما جعل رواد هذه النظرية يضيفون بعدًا آخر لهذه النظرية يرتكز على أنّ نظرية المسؤولية الاجتماعية تشمل مسؤولية الجمهور في أن يفكر بشكل نقدي في الرسالة الإعلامية التي يستقبلها، وأن لا يقبلها قاعدة مسلمًا بها، فعليه إدراك الرسالة الإعلامية نقديًا وتحليلها ، ومعرفة مدى توافقها مع أفكاره ومعتقداته ومصالحه، وهو اتجاه نظري يفسر بُعدًا من أبعاد التربية الإعلامية.

وقد وظفت الدراسة المنهج العلمي الكمي وفق إجراءات المسح الميداني باستخدام أداة الاستبانة المتبع في الدراسات الإعلامية، إذ يتيح للباحث استخدام الطرق، والأساليب الإحصائية، للتعرف إلى اتجاهات النخب التربوية والإعلامية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم، على عينة بلغ عددها (176) مفردة، منهم (80) خبيرًا إعلاميًا، و(96) خبيرًا تربويًا، منهم (59) أكايميًا، و(45) مهنيًا، و(62) قياديًا، (89) منهم يحملون شهادات عليا في تخصصاتهم، وخبرة (130) منهم أكثر من عشر سنوات،

وقد مثلت هذه العينة بهذه السمات، الفئات المستهدفة من النخب التربوية والإعلامية، وانتهت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها:

1 - ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم

أكّد غالبية النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بنسبة (96.6%) على ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم؛ وذلك على مستوى درجتين من الضرورة، أولهما ضرورة الإقرار بنسبة (60.2%)، وثانيهما ضرورة الإقرار فقط بنسبة (36.4%)، وذهب البعض بنسبة لا تتجاوز (3.4%) إلى عدم ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم، وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (كيرقن:2016) التي خلصت نتائجها إلى اتفاق القيادات في مواقفهم الإيجابية تجاه الحاجة إلى التربية الإعلاميّة في المدارس، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مغاري: 2015) التي خلصت إلى تأكيد أفراد العينة بدرجة عالية على أهمية تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني وأهدافها، ومحتواها، وهو ما حث عليه المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية الذي نظّمته وزارة التعليم في المملكة العربية السعودية، وتبرهن النتيجة في الوقت نفسه على مدى وعي المبحوثين بأهمية التربية الإعلامية في حياة النشء، التي دفعتهم إلى التأكيد على ضرورة إقرارها مسارًا دراسيًا في المناهج التعليمية؛ بوصفها أداة حيوية للتعامل الإيجابي مع المحتوى الإعلامي، الذي أصبح يشكّل جزءًا أساسًا من الحياة اليومية للطلاب؛ وتنمية تفكير الطالب، وتمكينه من مواجهة الآثار السلبية لوسائل الإعلام، خصوصًا، وأنّهم يمتلكون اليوم التكنولوجيا التي تيسّر لهم الممارسة شبه الإعلامية من خلال التواصل الاجتماعي، وأنّ هناك خطورة تكمن في طبيعة التعرض للرسائل الإعلامية في سن التكوين الأساس لدى الشباب.

2 - أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي

كشفت الدراسة أنّ النخب الإعلامية والتربوية عينة الدراسة يرون أهمية تضمين التربية الإعلامية في العملية التعليمية بدرجة عالية بلغ متوسطها العام (2.66) وأنّ ذلك يعود بالدرجة الأولى إلى أنّ تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها تمثل أبرز المؤشرات الدالة على أهميّة التربية الإعلاميّة على مستوى العملية التّعليمي في المجتمع السعودي بمتوسط حسابي (2.77)، تلاها في المرتبة الثانية مواجهة التّطرف بجوانبه كلّها (الفكري، والدّيني، والسياسي) بمتوسط حسابي (2.75)، ثم

الإسهام في تنقية المحتوى الإعلامي من المضامين الضّارة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.66)، ثم توالت الأسباب التي تدفع إلى أهمية التربية الإعلامية بينما جاء مؤشر تحقيق قدر من التكامل بين وسائل الإعلام والمؤسسة التّعليمية الذي احتل المرتبة الثامنة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.60) من إجمالي الترتيب.

وتتّفق هذه النتيجة مع دراسة (Hart , A:2014) التي أشارت إلى أنّ أهمية التربية الإعلامية تتضح في ارتباطها بالوعي الهادف إلى معرفة المحتوى والرسائل الإعلامية وتقييمها، وفهم التأثيرات الإعلامية على المستويين العملي ومختلف الأنظمة (السياسة والأدبية والاجتماعية والفنية وغيرها) وتشجيع المشاركة النشطة في صنع المحتوى الإعلامي للطلاب بدلاً من مجرد الاكتفاء بالمتابعة، وهو ما أكدته دراسة (محمود: 2015) التي أشارت نتائجها إلى أنّ التربية الإعلامية جزء أساس من تعليم الطلاب؛ لتمكينهم في مراحل التعليم كافة من التعامل الواعي والإيجابي مع الرسائل الإعلامية، من خلال القراءة الصحيحة والتفكير الناقد لها وتحليل مضامينها، ثم اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (العجاجي:2016) التي أظهرت نتائجها وجود مشكلات اتصاليّة يعاني منها طلاب التعليم العام التي تظهر في سلوكياتهم، والناتجة عن الافتقار إلى مهارات التفكير النقدي، وتأثير الصورة الذهنية في تفسير مضمون الرسالة، وعدم القدرة على فهم الهدف من الرسالة الإعلامية، وأكدت في الوقت نفسه على أهمية إدراج مادة التربية الإعلامية مقررًا تعليميًا مستقلاً.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أنّ الهدف العام والرئيس للتربية الإعلامية يكمن في الفهم الواعي للتأثيرات الإعلامية والإدراك السليم لهدفها الحقيقي؛ بتعريف الطّلاب بمعايير الحكم على المضامين الإعلامية المحيطة بهم، التي تطالعهم بها وسائل الإعلام، حتى يتسنى لهم التمييز بين الرسائل الإيجابية التي تسهم في تعزيز هويتهم الثقافية، والمشاركة الإيجابية، والفعالة في التنمية الاجتماعية، والرسائل السلبية التي تدفعهم إلى التطرف بجوانبه (الفكرية، والدينية، والسياسية)؛ في ظل التحولات الحضارية والتحديات الإعلامية المعاصرة.

3 ـ الأسباب التي تدعو إلى إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم:

أظهرت نتائج الدراسة أنّ مخاطر المحتوى العابر للحدود على الثقافة المحلية والهوية

الوطنية تأتي في مقدمة الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم بمتوسط حسابي (2.66)، يليها في الترتيب الثاني سهولة الوصول للمحتوى والتعرض له من قبل كافة أفراد المجتمع وشرائحه بمتوسط حسابي (2.61)، بينما احتل صعوبة الرقابة على إنتاج المحتوى على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.55) من إجمالي المتوسط العام لاستجابات المبحوثين، في حين جاء كُل من: إمكانية إنتاج المحتوى ونشره من قبل أفراد المجتمع دون قيود، واتساع هامش الحرية في المرتبة الرابعة والخامسة بمتوسط حسابي (2.48، 2.35) على الترتيب من الإجمالي العام لاستجابات المبحوثين.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Masterman, L:2015) التي أكدت على الدور الرائد للتربية الإعلامية مع تزايد استخدام التكنولوجيا والمحتوى الإعلامي الموجه الذي يتم إنتاجه ليس فقط عن طريق المتخصصين في المجال الإعلامي؛ ومن ثم يعد الاهتمام بزيادة وعي الشباب بالتربية الإعلامية مسألة حيوية؛ من أجل التعامل بحكمة مع المجتمع الإعلامي المتغير، واتفقت النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (أسماء علي: 2016) التي خلصت إلى أنّ أهم الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم؛ تتمثل في مواجهة تحديات الغزو الفكري، ومعالجة المشكلات النفسية والثقافية، وتنمية قيمة الانتماء للوطن، واحترام التعددية والمصلحة العامة.

تبرهن هذه النتيجة أنّ للتربية دورًا مهمًا في مواجهة مخاطر الإعلام الموجه العابر للحدود في بيئة اتصاليّة مفتوحة لا يمكن معها التحقق من صحة المصدر ومنتج المحتوى في كثير من الأحيان، وهو ما أكدته النخب الإعلامية والتربوية المستهدفة في هذه الدراسة، وأكدته الدراسات السابقة من خطورة تكمن في التأثيرات السلبية للمحتوى العابر للحدود على الهوية الوطنية والثقافة السائدة.

4 ـ المرحلة التعليمية المناسبة لإقرار مادة التربية الإعلامية فيها

أوضحت نتائج الدراسة أنّ (50.6%) من النخب الإعلامية والتربوية عينة الدراسة يرون أنّ المرحلة الثانوية تمثل أنسب المراحل التعليمية لإقرار مادة التربية الإعلامية، تليها المرحلة المتوسطة بنسبة (32.4%)، ثم المرحلة الابتدائية بفارق طفيف عن المرحلة الجامعية التي احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة (9.1%، 8%) على التوالي من إجمالي عينة الدراسة، واتفقت النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (أسماء علي: 2016)

التي أشارت نتائجها إلى أنّ التربية الإعلامية من أهم الأدوار التي ينبغي أن تقوم بها المدارس الثانوية، أمّا دراسة (محمود: 2015) فقد أشارت إلى اتفاق الدول الثلاث التي تناولتها الدراسة (بريطانيا، وأمريكا، وكندا) على أهمية دمج التربية الإعلامية بالمقررات الدراسية بكافة مراحل التعليم، وهو ما أكدته دراسة (هبة ديوب: 2011) التي انتهت إلى أهمية تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساس، وهو ما أكدته دراسة (العجاجي: 2016) بإدراج مادة التربية الإعلامية مادة مستقلة في التعليم العام، وانتهت دراسة (Diana Graber: 2012) إلى أنّ مدارس المرحلة المتوسطة هي المرحلة المناسبة لإقرار مادة التربية الإعلامية؛ لتطوير القدرات المعرفية للطلاب بما يعزز التفكير الأخلاقي لديهم في أثناء استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (جاب الله: 2017) من أنّ المرحلة الجامعية تمثل أنسب المراحل التعليمية لإقرار مادة التربية الإعلامية؛ بخاصة، وأنّها تعزز قدرات طلاب الجامعات في الوعي بمضامين الإعلام، وفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتّصال الحديثة والوسائط المتعددة في هذا المجتمع المعلوماتي،

ويرى الباحث أنّ التعليم الأساس المتمثل بالمرحلتين المتوسطة والثانوية هو المجال الأنسب لإقرار مادة التربية الإعلامية الذي أشارت إليه معظم الدراسات التي ناقشت هذا الموضوع، بفارق طفيف بين المرحلتين المتوسطة والثانوية، إلّا أّن المرحلة الثانوية هي الأنسب لإقرار هذه المادة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أهمية مرحلة الثانوية العامة؛ بوصفها المرحلة التي تحدد المصير العلمي والمهني للطالب مدى الحياة هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فأنّ الطالب في هذه المرحلة يمرّ بمرحلة المراهقة بما تحمله من نزاعات، وأهواء، وأحلام، وتقلّبات في المزاج وغيرها التي تدفعه إلى تجربة كلّ شيء وأحيانًا الثقة في كل شيء؛ ومن ثم تبرز أهمية التربية الإعلامية في حمايته في هذه المرحلة، وتهذيب سلوكه، وتنمية وعيه ضد الأفكار، والثقافة المادية التي تروج لها وسائل الإعلام، فضلًا عن مساعدتها للطلاب في التخلص من الكثير من المشكلات النفسية، والثقافية، والاجتماعية التي يمرّ بها في هذه المرحلة، وإعادة فهم الأمور بطريقة صحيحة ذات نزعة عصرية، وتنمية مهارات حل المشكلات لديه، كما أنّ الطلاب في هذه المرحلة المتقدمة من التعليم العام مرحلة مناسبة لاكتساب مهارات التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام سواء من حيث الاستخدام أو المشاركة في إنتاج المحتوى ونشره قد لا يكونوا مهيئين لها في المرحلة السابقة أو اللاحقة.

5 - أهداف مادة التربية الإعلامية في العملية التعليمية:

تبين نتائج الدراسة أنّ النخب الإعلامية والتربوية عينة الدراسة ترى أنّ تنمية الرّقابة الذاتية المستمدة من مبادئ الإسلام في استخدام المحتوى الإعلامي؛ تحتل المرتبة الأولى من جملة الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية بمتوسط حسابي (2.76) بينما احتلّ هدف تنمية القدرة على كشف المصادر غير الموثوقة في إنتاج المحتوى الإعلامي المرتبة الثانية بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.70)؛ أمّا هدف «تنمية القدرة على الاختيار الواعي للمحتوى الإعلامي» فقد جاء في المرتبة الثالثة بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.70) ثم توالت بقية الأهداف بنسب متقاربة ليأتي هدف «معرفة طبيعة العمل الإعلامي ووسائله» بالمرتبة الأخيرة بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.33). وهو ما أكدته دراسة (Diana Graber: 2012) التي أظهرت نتائجها أنّ الأطفال والمراهقين في الوقت الراهن لا يحتاجون إلى مساعدتنا لتعليمهم تشغيل البرامج والأجهزة؛ ولكنهم بحاجة إلى تجارب غنية وملموسة وأنشطة في التواصل الاجتماعي، لتطوير قدراتهم المعرفية بما يعزز التفكير الأخلاقي لديهم في أثناء استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد، وأشارت إليه دراسة (العجاجي2016) فيما انتهت إليه دراستها حول دور التفكير النقدي في إكساب الطالب مهارات تجعله يفكر بشكل نقدي في الرسالة الإعلامية التي يستقبلها، ودراسة (حسن 2015) التي أظهرت أنّ ممارسة الطلاب لمهارة التربية الإعلامية الأساس تمثّلت على التوالي في: ممارسة أخلاقيات العمل الإعلامي، وقدرة الطلاب على التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية، واتخاذهم القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية، ثم قراءة الرسالة الإعلامية، ومشاركتهم في الإنتاج الإعلامي.

هذه النتائج بحسب الباحث تؤكد على أهداف محورية في مقرر التربية الإعلامية تعكس أبعاد التربية الإعلامية في رؤية تشير إلى أنّ التربية الإعلامية تعني الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تسعى إلى تنمية مهارات الفرد ليكون قادرًا على التعامل الإيجابي والواعي مع الإعلام وتقنياته، وتهيئتهم للمشاركة في صناعة المحتوى الإعلامي ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة، والتخلص من الانعكاسات السلبية لاستخدام وسائل الإعلام، والمحافظة على الهوية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية.

6 - **المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب:**

أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق برأي المبحوثين من النخب الإعلامية والتربوية حول ما ينبغي أن تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابه للطلاب على المستوى المعرفي إلى أنّ «التعريف بأساليب التأثير الإعلامي» يمثل أهم المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.63)؛ ومن ثم «التعريف بالأهداف السياسية، والثقافية، والاجتماعية، والتجارية لمؤسسات وسائل الإعلام» بالمرتبة الثانية من قائمة المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.56)؛ بينما جاء «التعريف بمصادر المواد الإعلامية» بالمرتبة الثالثة، ثم توالت المجالات المعرفية التي يرى المبحوثون أنّه ينبغي لمقرر التربية الإعلامية أن يحققها بنسب متقاربة ليأتي «التعريف بطرق عمل وسائل الإعلام» في المرتبة الأخيرة من قائمة المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.32).

وتشير هذه النتيجة إلى أهمية الإثراء المعرفي للطلاب في هذه المرحلة لمفهوم التأثير الإعلامي ومستوياته وأساليبه، باعتبار ذلك مجالاً للوعي باتجاهات صناعة المحتوى واستراتيجيات الاقناع فيه وأهداف صانعيه، ومن ثم تأتي أهمية التزويد المعرفي بأهداف المؤسسات الإعلامية وسياسيتها، والأيديولوجيا التي يمكن أن تكون المهيمن على المحتوى الإعلامي المنشور ممّا ينمّي لدى الطلاب الوعي بضرورة اختيار الوسيلة، والرسالة وفقًا لمعايير مهنية ناقدة تخضع المحتوى للفحص والتأمل لتبني معايير ذاتية تحصن الطلاب من الوقوع في شرك المحتوى الإعلامي السلبي.

7 - **المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب**

بينت نتائج الدراسة أنّ مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية؛ يحتل مقدمة المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب وفقًا لاتجاهات النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بمتوسط حسابي (2.70)، تليها في المرتبة الثانية مهارتان:

أ - قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها

ب - اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية بمتوسط حسابي (2.60) لكلّ منهما على حدة، بينما جاءت مهارة حل المشكلات من خلال التعرض لوسائل الإعلام

في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.45)، أمّا مهارة المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية فقد حصلت على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.38) من إجمالي المتوسط العام.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (منصور: 2014) التي خلصت إلى الدور الرائد الذي تؤديه التربية الإعلامية في تنمية مهارات نقد الرسائل الاتصاليّة لدى الجمهور، وتحفيزهم على إنتاج رسائل اتصاليّة مسؤولة، بجانب إضافة بعد جديد يتعلق بتنمية استراتيجيات القيام برد الفعل تجاه وسائل الإعلام، وتتفق أيضًا مع دراسة (تاينر 2012) التي توصلت إلى أنّ التربية الإعلامية تنمي قدرات التفكير الناقد العليا لطلاب الجامعات، وتتفق إلى حد ما مع دراسة (حسن : 2015) التي أكّدت نتائجها على أهمية المهارات الإعلامية، وعكست أولويتها لدى المبحوثين في: أولاً، ممارسة الطلاب لمهارة قراءة الرسالة الإعلامية بتصنيف تأثيرات المواد الإعلامية على حساب تحديدهم لأفكارها العامة أو الرئيسة. ثانيًا، ممارسة الطلاب لمهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية. ثالثًا، مهارة اتخاذ القرار المناسب. رابعًا، ممارسة الطلاب لمهارة المشاركة في إنتاج المواد الإعلامية وتقديمها للمستفيدين منها.

ويعزو الباحث تقدم مهارة التفكير الناقد بوصفها أبرز مهارات التفكير الحديث، الّذي يقوم على أساس تحكيم العقل في المضامين الإعلامية المنشورة، وعدم أخذ مضامين المعالجة الإعلامية للأحداث والوقائع كمسلمات، والذهاب إلى ما هو أعمق من السطح والقشور، وعدم الخوف من البحث في الأعماق، ودراسة الأسباب، والبحث عن التفسيرات، والحجج، والبراهين التي تثبت صحة أو عدم صحة النظريات، والنتائج والمعلومات التي تُعرضها وسائل الإعلام، بحيث يكون للفرد نظرة نقدية فريدة تميّزه عن غيره، ويتمكن من خلالها أن يفحص مدى انسجام المضامين الإعلامية مع الواقع، وغالبًا ما تبرز أهمية هذا التفكير حال مقارنته بنقيضه التفكير التقليدي السردي الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام، ويرتكز على الحفظ والتلقين للمضامين الإعلامية وتكديسها في العقول على غرار التعليم البنكي؛ الذي يتمّ على أساس حشو أدمغة جمهور وسائل الإعلام بالمعلومات لمدة معيّنة استنادًا إلى استراتيجيات التكرار والإقناع.

بينما يعزو الباحث تراجع أولوية مهارة المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية لدى المبحوثين؛ نتيجة ضعف إمكانات الإنتاج الإعلامي وقلة الاهتمام به وندرة تشجيعهم عليه في المدارس، وهذا ما أكدت عليه دراسة (الشميمري:2010) بقوله تبرز فوائد

استخدام مهارة التفكير الناقد مع وسائل الإعلام في مساعدة الطالب على أن يكون متلقيا إيجابيًا، قادرًا على انتقاء المضمون الإعلامي، وتحليله، وتقويمه.

8 - القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب

أظهرت نتائج الدراسة أنّ «تنمية القيم الإيمانية (الإيمان بالله، التقوى، الخوف من الله، المراقبة)»؛ تعدّ أبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة وفقا لاتجاهات النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بمتوسط حسابي (2.73) بينما احتلت «تنمية القيم الفكرية (التفكير، تقبل النقد، حرية التعبير، الحوار، الانفتاح على الآخر)» المرتبة الثانية من أولوية القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة بمتوسط حسابي (2.72) وفي المرتبة الثالثة جاءت قيمة «تنمية القيم الاجتماعية (التسامح، التعاون، احترام الآخرين)» أبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة بمتوسط حسابي (2.71) ثم توالت بقية القيم بنسب متقاربة بينما تراجعت قيمة «تنمية القيم العلمية (الموضوعية، الأمانة العلمية، حب العلم والمعرفة)» كإحدى القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب في المرتبة الأخيرة وفقا لاتجاهات المبحوثين بمتوسط حسابي (2.68)

وتتطابق هذه النتيجة مع دراسة (جاب الله: 2017) التي توصلت إلى أنّ أبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب تتجسد في: تحقيق التمسك بالعقيدة، والقيم الدينية عند التقييم، والحكم على صلاحية المضامين الإعلامية، وما أشارت إليه دراسة (العجاجي:2016) التي أكد فيها أفراد العينة على أهمية القيم الدينية، والاجتماعية، والإعلامية في التعامل مع وسائل الإعلام، وتتطابق نتائج الدراسة أيضًا مع توصيات « مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية 2007 « التي أكدت على الحد من التأثيرات السلبية للمواد الإعلامية الرخيصة، والتي تتعارض مع الذاتية الثقافية، والقيم، والمبادئ السائدة بالمجتمع.

وتوضح النتيجة العامة إلى ضرورة اتساق التربية الإعلامية مع القيم الإيمانية والثقافية والاجتماعية التي تسود المجتمع ويعزو الباحث ذلك إلى: المخاطر الثقافية التي تبثها وسائل الإعلام؛ التي من شأنها إشاعة الثقافات البالية، والإرهاب، والتطرف، والحض على الحقد، والكراهية، والصراع الثقافي بين الأفراد؛ بحيث يبرز الدور الوقائي للتربية

الإعلامية في التوعية بهذه المخاطر وترشيد سلوك الطلاب تجاه استخدام وسائل الإعلام لتنمية قيمهم الفكرية، والمحافظة على ولائهم وانتمائهم الثقافي؛ على أساس من المهارة والتفكير الحر والجيد الذي يسمح لهم الانفتاح على الآخر بموضوعية وحياد.

كما تؤكد هذه النتيجة على الأهمية التي توليها التربية الإعلامية للقيم الاجتماعية؛ الهادفة إلى تعزيز احترام الفرد لذاته وارتباطه بالآخرين على أساس من التسامح والتعاون والاحترام، خصوصًا أنّ له قابلية فطرية تدفعه إلى التعاون والتضامن مع الآخرين لتحقيق حاجاته الضرورية، ومن هذا المنطلق تعمل التربية الإعلامية على إيجاد وعي ثقافي اجتماعي للعلاقات الاجتماعية المبنية على التعاون والتبادل بين الأفراد؛ لتعزيز ثقافة التسامح وخلق وعي يحث على التمسك بكيان المجتمع ووحدته وقيمه.

9 - الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم

كشفت نتائج الدراسة أنّ «تأهيل مدرسين قادرين على تحقيق رسالة التربية الإعلامية»؛ تأتي في مقدمة الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم بمتوسط حسابي (2.77) بينما جاء أسلوب «تصميم مادة التربية الإعلامية من خلال متخصصين في مجال التربية والإعلام» في المرتبة الثانية من الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية في المرحلة التعليمية بمتوسط حسابي (2.76) أما أسلوب «بناء برامج تدريبية يشارك فيها الطلاب في مجال قراءة، وتحليل، ونقد الرسائل الإعلامية لنشر ثقافة التربية الإعلامية « فقد جاء في المرتبة الثالثة من الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية في المرحلة التعليمية بمتوسط حسابي (2.69)؛ ثم توالت بقية الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم ليأتي «أسلوب الاستعانة بالخبرات الدولية عند تصميم مادة التربية الإعلامية» في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.36).

تتطابق هذه النتيجة مع دراسة (Gautama Vinoba:1996) التي توصلت إلى أنّ أهم المعوقات التي تواجه التربية الإعلامية وتحد من فاعليتها تتمثل في: ضعف الإمكانات المادية والفنية التي يأتي في مقدمتها غياب الكفاءات العلمية المؤهلة والمدربة، وتتطابق هذه النتيجة أيضًا مع توصيات «مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية: 2007» التي أكّدت على إبراز دور الطلاب في المشاركة الفعالة في إنتاج مواد وبرامج التربية الإعلامية أو المساهمة في إنتاجها وفقًا لاهتمام أفراد المجتمع

لتقليل الهوة الواسعة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور من جهة أخرى.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أنّ تحقيق رسالة التربية الإعلامية رهن الكوادر العلمية المؤهلة؛ التي تعي المهام والوظائف الإعلامية المنوطة بها؛ لذا، ينبغي التأكيد على توفير مدرسين على درجة عالية من المهارة والخبرة بأحدث الأساليب والوسائل العلمية في مجال الإعلام التربوي، والعمل على ضرورة تطوير برامج إعدادهم على أساس تلبية الاحتياجات التدريبية الفعلية؛ بما يسمح لهم إضافة كل جديد بمجال الإعلام التربوي وتطوير أهدافه.

كما يرى الباحث أنّ بناء منهج التربية الإعلامية من قبل متخصصين في التربية والإعلام الذي جاء الأسلوب الثاني في تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في التعليم إلى أهمية دور المتخصصين في نجاح برامج التربية الإعلامية؛ نظرًا لقدرتهم على صياغتها وفقًا لمعايير الانسيابية، والوضوح، والمرونة، والجاذبية، والوحدة، والاتزان اللغوي، والتناسب الفكري والعقلي وفقًا للمعايير التي تسمح للطلاب استيعاب مضامينها والاستجابة لها.

10 - التباين في اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم

استهدفت الدراسة استكشاف مدى التباين في اتجاهات النخب التربوية والإعلامية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم وفقًا لفروض الدراسة في ضوء متغيرات النوع، والتخصص، والخبرة؛ وأظهرت الدراسة وجود تبيان دال إحصائيًا في بعد القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب عند مستوى (0.01) تعود لاختلاف نوع العينة، وكانت تلك الفروق لصالح الإناث؛ وبالتالي، قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائيًّا بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة «التربية الإعلامية» في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير النوع جزئيًّا، وهذا يعني أنّ النخب النسائية التربوية والإعلامية ترى أنّ تعليم القيم المتعلقة بالتربية الإعلامية ضرورية بدرجة أعلى من الذكور باعتبارهم الأقرب للنشء تأكيدًا على منظومة القيم التي هي المرتكز الأساس لمقرر التربية الإعلامية، كما ظهرت فروق دالة عند مستوى (0.05) في أبعاد: (المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، والقيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها

لدى الطلاب) تعود لاختلاف نوع تخصص أفراد العينة، وكانت تلك الفروق لصالح المتخصصين في التربية؛ وبالتالي، قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائيًّا بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة «التربية الإعلامية» في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير التخصص جزئيًّا، وهذا يعني أنّ النخب التربوية ترى أنّ تعليم القيم والمهارات المتعلقة بالتربية الإعلامية ضرورية بدرجة أعلى من النخب الإعلامية، لارتباطهم المباشر بالطلاب وقدرتهم على تحديد ما ينبغي إكسابه لهم من قيم ومهارات ومعارف.

وتباينت اتجاهات النخب التربوية والإعلامية بقيمة ذات دلالة إحصائيّة عند مستوى (0.05) فأقل في أبعاد (الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية، ومدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية) تعود لاختلاف عدد سنوات خبرة أفراد العينة، وكانت تلك الفروق لصالح ذوي الخبرة (عشر سنوات فأقل) وبالتالي، قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائيًّا بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة «التربية الإعلامية» في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير الخبرة جزئيًّا، وهذا يعني تأكيد أفراد العينة ذوي الخبرة الأقل على ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية ودرجة أهميتها في التعليم، ويمكن تفسير ذلك باعتبارهم أقل عمرًا وأكثر قربًا من ذوي الخبرة الأكبر في معرفة النشاط الإعلامي في البيئة الرقمية والمخاطر التي ربما انعكست على النشء إذا لم تكن لديهم مهارت الاختيار الواعي للوسائل الإعلامية، والتحليل الناقد لرسائلها، والمشاركة الإبداعية في صناعة محتواها الذي تحققه أهداف التربية الإعلامية في التعليم.

توصيات الدراسة

في ضوء ما انتهت إليه الدراسة من نتائج، تبلور لدى الباحث عدد من التوصيات من أهمها:

1. توصي الدراسة بإقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم بالمملكة العربية السعودية باعتبارها مقررًا دراسيًّا مستقلًّا في المناهج التعليمية؛ بوصفها أداة حيوية للتعامل الإيجابي مع المحتوى الإعلامي، الذي أصبح يشكل جزءًا أساسًا من الحياة اليومية للطلاب.
2. توصي الدراسة بأنّ المرحلة الثانوية هي الأنسب لإقرار مادة التربية الإعلامية،

بوصفها المرحلة التي تحدّد المصير العلمي والمهني للطالب، كما أنّ الطلاب في هذه المرحلة المتقدمة من التعليم العام مرحلة مناسبة لاكتساب مهارات التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام.

3. توصي الدراسة بضرورة تأهيل مدرسين قادرين على تدريس مقرر التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية، لأن تحقيق رسالة التربية الإعلامية رهن الكوادر العلمية المؤهلة؛ التي تعي المهام والوظائف الإعلامية المنوطة بها. لذا، ينبغي التأكيد على توفير مدرسين على درجة عالية من المهارة والخبرة بأحدث الوسائل العلمية في مجال الإعلام التربوي، والعمل على ضرورة تطوير برامج إعدادهم على أساس تلبية الاحتياجات التدريبية الفعلية؛ بما يسمح لهم إضافة كل جديد في مجال الإعلام التربوي وتطوير أهدافه.

4. توصي الدراسة بضرورة تصميم مادة التربية الإعلامية من خلال متخصصين في مجال التربية والإعلام؛ نظرًا إلى قدرتهم على صياغتها وفقًا للمعايير الانسيابية، والوضوح، والمرونة، والجاذبية، والوحدة، والاتزان اللّغوي، والتناسب الفكري والعقلي وفقًا للمعايير التي تسمح للطلاب استيعاب مضامينها والاستجابة لها.

5. توصي الدراسة بضرورة اتساق مادة التربية الإعلامية مع القيم الإيمانية والثقافية والاجتماعية التي تسود المجتمع؛ لأنّ مخاطر الثقافة التي تبثها وسائل الإعلام؛ من شأنها إشاعة الثقافات البالية، والإرهاب، والتطرف، والحض على الحقد، والكراهية، والصراع الثقافي بين الأفراد؛ بحيث يبرز الدور الوقائي للتربية الإعلامية في التوعية بهذه المخاطر وترشيد سلوك الطلاب تجاه استخدام وسائل الإعلام لتنمية قيمهم الفكرية والمحافظة على ولائهم وانتمائهم الثقافي؛ على أساس من المهارة والتفكير الحر والجيد الذي يسمح لهم بالانفتاح على الآخر بموضوعية وحيادية.

6. توصي الدراسة بأن تتضمن مادة التربية الإعلامية القيم الاجتماعية الهادفة إلى تعزيز احترام الفرد لذاته، وارتباطه بالآخرين على أساس من التسامح والتعاون والاحترام، والتأكيد على القيم التي تسهم في إيجاد وعي ثقافي اجتماعي للعلاقات الاجتماعية المبنية على التعاون والتبادل بين الأفراد؛ لتعزيز ثقافة التسامح وخلق وعي يحث على التمسك بكيان المجتمع ووحدته وقيمه.

مراجع الدراسة:

مراجع الدراسة العربية:

أولاً: رسائل الماجستير والدكتوراه

1. البلوي، سعود، مسؤولية المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب من وجهة نظر المعلمين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الاسلامية، السعودية (2013).

2. جاب الله، أحمد علي سعد علي، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة بنها، مصر (2017).

3. الخيري، طلال، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، السعودية (2010).

4. السنأني، عبد المجيد، دور الإعلام التربوي في غرس القيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بالمدينة المنورة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الاسلامية، السعودية (2012).

5. الصعب، مريم بنت صالح، تصور مقترح لتفعيل دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية لمواجهة تحديات العولمة الثقافية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة القصيم، السعودية (2013م)

6. العتيبي، عبد المجيد، تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات السعودية: تصور مقترح، رسالة دكتورة غير منشورة، كلية التربية، جامعة الملك سعود، السعودية (2013).

7. العجاجي، حنان سليمان، دور التربية الإعلامية في تدعيم القيم الاتصاليّة لدى طلاب التعليم العام: دراسة مسحية على عينة من المشرفين التربويين في وزارة التعليم السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، السعودية، (2016).

8. العويفي، عبد الرحمن، التربية الإعلامية ودور القيادة التربوية في تحقيق أهدافها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، السعودية (2012)

9. محمد، أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر (2015)

10. محمود عبد العاطي مسلم، وآخرون، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية،

بحث مستل من رسالة دكتوراه الفلسفة في التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة بنها، مصر (2017).

11. المطيري، خالد بن مبروك، استراتيجية إدارية لتوظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادة التربوية في وزارة التعليم السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن (2012).

ثانيًا: الدوريات العلمية المحكمة

1. خليل، حسن محمد على، تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها: دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي، مجلة دراسات الطفولة، القاهرة، مجلد 18، العدد 66، (2015).

2. ديوب هبة، تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساس من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات، مجلة العلوم التربوية، العدد 11، كلية التربية، جامعة أم درمان، السودان (2011).

3. سعيد، هناء محمد، واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات بمدينة مكة المكرمة، مجلة القراءة والمعرفة، القاهرة، العدد، 180، (2016).

4. عبد الرسول، محمد أبو النور، دراسة مقارنة لبرامج التربية الإعلامية المدرسية في كل من المملكة المتحدة وكندا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الإفادة منها في مصر، مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بنها، مصر، مجلد 26, العدد 102، (2015)

5. علي، أسماء كمال حسن، دور التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية في مواجهة تحديات الغزو الفكري (تصور مقترح) مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بنها، مصر، العدد 107 (2016).

6. ليندة ضيف، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجًا، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، الجزائر، العدد 42، جوان، (2017).

7. ماجد تربان، الإعلام البديل وتعزيز قيم المواطنة، مجلة مدى الإعلام، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، فلسطين، العدد السادس، نيسان، (2012).

8. مغاري، أحمد محمد، تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني: دراسة استطلاعية، المجلة التربوية، الكويت، المجلد 30، العدد 117، (2015).

9. منصور، حسن محمد حسن، تنمية مهارات النقد والإنتاج للرسائل الاتصاليّة لدى الجمهور: دراسة تحليلية نقدية لأدبيات التربية الإعلامية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد 11، (2014).

10. يسرى صبيشى بن زروق جمال، نظرية حراسة البوابة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الرواق، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية، الجزائر، العدد الخامس، جوان، (2017).

ثالثًا: الكتب

1. الريس، عبد الفتاح، دور التربية الإعلامية في تنمية تفكير الطلاب للتعامل مع الإعلام المعاصر: دراسة تطبيقية، جدة، كنوز المعرفة، السعودية (2012)
2. عبد الحميد، محمد، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط1 ، (القاهرة: عالم الكتب) مصر (2012).
3. الشميمري، فهد عبد الرحمن، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، فهرسة مكتبة فهد الوطنية، الرياض، السعودية (2010).

رابعًا: المؤتمرات

1. يحيى، حسن بن عايل أحمد، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، المؤتمر الدولي للتربية الإعلامية، وزارة التعليم، السعودية، الرياض، مارس (2007)

المراجع الأجنبية:

1. A. Hart (2014): Media Education in 21st Century: A Comparative Study of Teaching Educational Media in European Contexts in Terms of Academic Standards. PhD Thesis, University of Southampton, U.K.
2. A. Hermida. And N. Thurman, A Clash of Cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites, Journalism Practice, 2(3), 2008.
3. April Marie Leach, Digital Media Production to Support Literacy for Secondary Students with Diverse Learning Abilities Journal of Media Literacy Education ,vol, 9,no, (2),2017.
4. Diana Graber, Voices from the Field: New Media Literacy Education (NMLE): A Developmental Approach, Journal of Media Literacy Education, 4(1) , 2012.

5. E.Thoman.&Jolls.T (2014): Media Literacy:A National Priority for A Changing World , American Behavioral Scientist ,Vol, 48,no, 1,pp.
6. Gautama Vinoba, (1996) " Standards for Required Professional Development of Media Specialist", Paper Presented to the Broadcasting and Electronic Media Education Journal.

Nov.2009<http://www.fldoe.org/asp/ftce/pdf/10EdMediaPK-12.pdf.

7. Hans Schmidt, Helping Students Understand Media: Examining the Efficacy of Interdisciplinary Media Training at the University Level, Journal of Media Literacy Education, vol , 7,no,(2), 2016.
8. Hobbs, R., & Jensen, A. (2015). The past, present, and future of media literacy education. Journal of Media Literacy Education, 1, p.1-11.
9. http://daharchives.alhayat.com/issue_archive/Hayat%20KSA/2008/3/17.
10. Kerrigan R. Mahoney,TehminaKhwaja,Living and Leading in a Digital Age: A Narrative Study ofthe Attitudes and Perceptions of School Leaders aboutMedia Literacy, Journal of Media Literacy Education ,vol, 8,no,(2),2016.
11. Kubey, R. (2014). Obstacles to the Development of Media Education in the U.S. Journal of Communication, 48(1).
12. Lee, A. Y. L. & Mok, E. (2014). Media education in postcolonial Hong Kong: Cultivating critical young minds. In A. Nowak, S. Abel & K. Ross (Eds.), Rethinking media education: Critical pedagogy and identity politics. Cresskill, NJ: Hampton Press.
13. Masterman, L. (2015). A distinctive mode of enquiry: Towards critical autonomy. In M. Alvarado & O. B. Barrett (Eds.), Media education: An introduction (pp.102-103). London: British Film Institute.
14. S.Ashley.A.Maksl,.&S. Craft, S. Developing news media literacy scale,Jouralism& Mass Communication Educator, 68(1), 2013..
15. Sharikov, A., Cherkashin, E. (2010). Experimental Curricula for Media

Education. (in Russian). Moscow: Russian Pedagogical Academy.

16. Silveblatt.A. (2001). Media literacy: Keys to interpreting media messages (2ne ed) Westport, CT: praeger.
17. Sim, J.C. (2013). Mass Media Education in the U.S.A. In: Media Studies in Education. Paris: UNESCO.
18. Tom Hallaq, Evaluating Online Media Literacy in Higher Education: Validity and Reliability of the Digital Online Media Literacy Assessment (DOMLA), Journal of Media Literacy Education, vol, 8, no, (1), 2016.
19. Tyner, K. (2012). The Media Education Elephant. Paper presented at the UNESCO conference on media education, London and Paris.

مفهوم المسؤولية الوطنية للصحافة اللبنانيّة عند إعلان دولة لبنان الكبير

د. ليليان قربان عقل

الجامعة اللبنانيّة

Abstract:

The Lebanese press, at Motherland and abroad, accompanied the evolution of the Greater Lebanon State on September 1, 1920, reflecting the difference between the Arab influx and the Lebanese one that prevailed at the time. It carried patriotic positions that identified with these two influxes according to their respective agendas, and they were the mirror for that fateful stage of the nation's evolution.

The importance of the role played by the Lebanese press in helping to establish the independent Lebanese entity appears in the research endorsement of the articles in the monitored newspapers, but to what extent did it carry the concept of national responsibility in playing this role? Even if the tendency to liberation was prevalent at the time, but the doctrinal conflict was reflected in the editorial materials and the positions expressed by each of the monitored newspapers, so they differed in their approach to the concept of national responsibility for the evolution of a new independent political entity with French support to face Prince Faisal Arab schema.

مقدّمة:

عرفت الصّحافة اللبنانيّة منذ بداياتها مع «حديقة الأخبار» لخليل الخوري سنة 1858 وحتى الربع الأول من القرن العشرين تطوّرًا ملحوظًا في دورها، فأصبحت منابر مفتوحة لإطلاق المواقف الوطنيّة من خلال كتابات أدبيّة فكريّة حملت قضايا سياسيّة

واجتماعيّة عكست ظروف واقعها آنذاك فكانت مرآة زمانها ومكانها، فأدّت دورًا بارزًا في الوطن والمهجر في تظهير الأحداث التاريخيّة الكبرى، وأبرزها: نشوء دولة لبنان الكبير في أول أيلول سنة 1920، ما يطرح تساؤلاً حول مدى التزامها بالمسؤوليّة الوطنيّة عند تظهيرها لهذا الحدث الوطني الكبير، والذي لا نزال نعيش تداعياته وانعكاساته على السّاحة اللبنانيّة..

استند البحث إلى نظريتين أساسيّتين: أولّهما، نظرية المسؤولية الاجتماعيّة؛ ثانيهما، نظرية الحريّة؛ حيث تتكامل هاتان النظريتان في تعزيز مفهوم الحريّة في وسائل الإعلام ضمن إطار الحريّة المسؤولة وليس الحريّة المطلقة، باعتماد الموضوعيّة في الرسالة الإعلامية لتزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة البعيدة عن الضغوط التي قد تفرضها الحكومات أو غيرها من القوى المؤثّرة محافظة على دور الإعلام ورسالته المعرفية وأهدافه التوعوية الملتزمة بالمعايير المهنيّة في الحرص على صحّة المعلومات ومصداقيتها قبل وضعها في متناول الجمهور.

إذاً، ينطلق البحث في تظهيره للحدث التاريخي الكبير «إعلان دولة لبنان الكبير» في الصّحافة اللّبنانيّة التي واكبته من خلال حركة فكريّة نهضويّة عاكسة التيّارين اللذين خيّما في ذلك الوقت على المشرق العربي ومدى المسؤولية الوطنيّة للصحافة اللبنانيّة آنذاك في تناولها لهذا الحدث.

تزامن إعلان دولة لبنان الكبير مع القضاء على استقلال «الدولة العربية» التي حاول الأمير فيصل ابن الشريف حسين إقامتها على أنقاض ما تبقّى من الدولة العثمانية بعد انهزامها في الحرب العالمية الأولى. وكان الأمير فيصل قد عُزِلَ عن حكم سوريا بعد الخسارة التي أُلحِقَت بالجيش السوري في معركة ميسلون في 24 تموز عام 1920 واستشهاد وزير الدفاع يوسف العظمة، بعد أن قرّر الجنرال غورو الزحف إلى دمشق. (فيما بعد، عيّنت بريطانيا الأمير فيصل في 21 آب عام 1921 ملكًا على العراق). بعد ذلك، وفي أول أيلول عام 1920 أعلن المفوّض السامي الجنرال هنري غورو نشوء دولة لبنان الكبير من قصر الصنوبر في بيروت وإلى جانبه البطريرك الماروني إلياس الحويك ومفتي بيروت الشيخ مصطفى نجا.

كيف واكبت الصّحافة اللّبنانيّة هذا الإعلان الذي مهّد لنشوء الجمهورية اللبنانية عام 1926؟ عاكسة هذا الاختلاف بين التيار العروبي، وبين التيار اللبناني، الذي ظهر

من خلال مواكبتها الحدث وتغطيتها لتداعياته الوطنيّة في لبنان والمهجر؛ اخترنا منها نموذجين الأكثر تأثيرًا وانتشارًا في ذلك الوقت، فكانت «لسان الحال» التي تصدر في بيروت مؤيّدة للفرنسيين، و«الحقيقة» البيروتيّة معارضة لذلك، وذات توجّه عروبي يقابلها في المهجر جريدة «الهدى» ذات «التوجّه اللبناني»، وجريدة «مرآة الغرب» ذات «التوجّه العروبي».

- أ **«لسان الحال»**

لُقّبَت صحيفة «لسان الحال» بشيخة الصّحافة اللّبنانية لأنها عمّرت كثيرًا. بدأت بالصدور عام 1877، أصدرها خليل سركيس صهر المعلّم بطرس البستاني حتى عام 1914. توقفت خلال الحرب، تولّى إصدارها ابنه رامز من عام 1918 حتى 1930، ثمّ تسلّمها حفيده خليل من عام 1931 حتى عام 1955، في عام 1960 اشتراها جبران حايك، وأصدرها حتى اندلاع الحرب اللّبنانية الأهليّة سنة 1975، على الرّغم من صدور أعداد محدودة وضعيفة منها خلال الحرب. واكبت صحيفة «لسان الحال» نشوء دولة لبنان الكبير بالترحيب، وظهر ذلك بوضوح في عددها الصادر في بيروت الخميس في 2 أيلول سنة 1920، ومن خلال الافتتاحية التي كتبها رامز سركيس (ابن خليل سركيس) وحملت توقيعه وفيها «يقول لأول مرّة في التّاريخ الحديث نعيّد العيد الوطني ونرفع الأعلام الوطنية، فقد كنّا إلى حين قريب بلا وطن، فأصبحنا اليوم والوطن وطننا والبلاد بلادنا».

وفي الصفحة رقم (2) من العدد نفسه تحت عنوان: «المناداة بلبنان الكبير»، مهرجان الأمس تظهر احتفالية الصحيفة بهذه المناسبة «فهوذا نحن اليوم نحيي يومًا عظيمًا، وإن عدلنا وجب علينا أن نقدسه يومًا ونعيّده مدى الدهر، وننشر في كل عيد مثل هذا العيد عواطف إخلاصنا وزهر ربيع الحياة». ويتوجّه المقال إلى الجنرال غورو «أننا نتقدّم إلى فخامة الجنرال غورو وإلى كل أعوانه الكرام بإظهار كل عاطفة شكر وامتنان وإخلاص».

«لبنان الكبير وطننا وأرض نشأتنا، وله علينا كلّ حق مشروع، فلنصل على ترقيته وإعلان نشأته لأن ترقية الوطن ترقية الأمة».

ثمّ يضع نص خطاب الجنرال غورو كاملًا في الصّفحة نفسها (2).

وفي عدد «لسان الحال» أيضًا في 4 أيلول سنة 1920، يتحدّث رامز سركيس في

افتتاحيته التي عنونها «حول خطاب الجنرال» واصفًا إياه بالخطاب التاريخي «هو خطاب تاريخي... نحن الآن في عصر حياة جديدة» ويفسّر قول الجنرال مخاطبًا الجموع الكثيرة «أمامكم واجبات كبرى يجب عليكم اتمامها إذا كنتم تريدون أن تكونوا شعبًا حيًّا يريد أن يصير عظيمًا، ثمّ قال أنّ الاتّحاد هو الذي يقدر أن يوجد فينا القوّة، كما أنّ خلافات الماضي كانت سبب الضعف...

فيفسّر في مقالته الافتتاحية خطاب الجنرال الذي يصفه «بالقائد العام» بقوله «وكأننا بالقائد العام يريد أن يفهمنا أن دور الخمول قد زال، وقد أقبل الآن دور العمل، والدّرجة الأولى في هذا السلم هو الاتحاد مَوجِد القوة وضامنها وكفيلها، ولا ريب قد نشعر بأننا في الماضي قد تشتتنا مذاهب، وتفرّقنا طوائف، وهذا داء في الشرق يلد لنا أن نجتازه».

وفي العدد نفسه من «لسان الحال» وفي الصفحة الأولى في 4 أيلول 1920 مقال حمل عنوان «تحديد لبنان الكبير الذي تضمن:

- قرار رقم 317 ¬ متصرفية اللاذقية.
- قرار رقم 318 ¬ حدود لبنان الكبير شمالاً وجنوباً وغرباً وشرقاً.
- قرار رقم 319 ¬ المتعلّق بحدود أراضي العلويين، بالنظر لكون فرنسا لم تأب سوريا إلا لغاية واحدة هي مساعدة شعبها على تحقيق آمالها الحقّة لنيل الحريّة والاستقلال».

ب ـ **«صحيفة الحقيقة»**

صدر العدد الأوّل منها في بيروت بتاريخ 6 شباط عام 1909 لصاحبها أحمد عباس الأزهري، الذي كان أستاذًا في المدرسة الوطنية التي أسّسها المعلم بطرس البستاني، توقّفت بسبب التضييق التركي، ثم استأنفت الصدور متوّجة أحيانًا بافتتاحيات كمال عباس (ابن الشيخ أحمد) في 7 تشرين الثاني عام 1918، وتوقّفت من جديد نتيجة التضييق الفرنسي، فانتقل كمال إلى حيفا وأصدر مع شركاء عام 1924 جريدة (اليرموك) لتعود إلى الصدور بعد استقلال لبنان، وألغيت رسميًّا في 17 آذار عام 1949.

كانت صحيفة وطنية، استقلاليّة، عروبية التوجّه، حافظت على ذلك حتى بعد إعلان دولة لبنان الكبير. في عددها الذي توفّر لنا، عدد أول تشرين الأول عام 1920، الذي صدر في بيروت، السنة الثالثة عشر، في مقال الافتتاحية الذي حمل توقيع «ابن عباس»

تحت عنوان «عادت الحقيقة والعود أحمد» يشير فيه «اليوم فقد دخلت البلاد في طور جديد بعد أن اعترفت بالانتداب رسميًا، فانحصرت مهمّة الحقيقة في السياسة الداخليّة تاركةً الخارجية ترام في «ميدان فسيح» إلى أن يقضي الله أمره ولكل أجل كتاب؛ فمَهمّة الوطنيين الصادقين والحقيقة أيضاً يجب أن تتجّه الآن نحو السياسة الداخليّة فيختارون حكمًا وطنيًا يتجلّى فيه الإخلاص لهذا الوطن إلى أن يتربّى الشعب التربية القوميّة الصحيحة، وهناك يكون الاستقلال كالثمرة إذا لم تقطفها يد البستاني عند نضوجها وقعت من نفسها».

كما أن صحيفة «الحقيقة»، وفي العدد نفسه، تستمر بمواكبة نشاطات الأمير فيصل حيث تنشر في الصفحة الأخيرة من العدد ذاته، وتحت ترويسة البرقيات العمومية بعنوان «الأمير فيصل وإيطاليا» الاحتفال العظيم الذي أقامته الحكومة الإيطالية للأمير فيصل، كما نشرت حديث له تحت ترويسة «حديث للأمير فيصل».

ت - «جريدة الهدى»

واكبت «الهدى» بفرح إعلان دولة لبنان الكبير في عددها الصادر في 2 أيلول عام 1920، حيث نشرت في صفحتها الأولى تحت عنوان بلاغ الجنرال غورو «تطوّرت المسألة السورية بفعل ذلك البلاغ الذي أرسله الجنرال غورو إلى الأمير فيصل، نشرته «الهدى» في هذا العدد، كما أوضحت في مقدمة المقال لأن رسائل المكاتبين وشركات التلغراف لم تنقله- وإن جاء متأخرًا- فذلك لتوضيح حقائق تاريخية وتوثيقها؛ وأبرز ما جاء في هذا بلاغ الجنرال غورو نورده كما نشرته «الهدى» في عددها هذا: «أنّ جيشنا الذي حارب ولا يزال يحارب العصاة، لم تبدُ عليه مظاهر الضعف والوهن؛ فالحكومة الدمشقية مسؤولة لدى شعبها الذي وعده مؤتمر السلام في الحياة ورغد العيش تحت وصاية حكومتنا الفرنسية. لقد اعترفتم بإحتياج الأمّة الشديد لاستشارة دولة عظيمة ومساعدتها حتى تنهض بها إلى الرقي بعد ما عانته من نير الأتراك وهذه الحرب العامة من التأخير. وعليه، فقد أثبتت الحكومة الفرنسية التي طلبتموها منتدبة عليكم باسم أمّتكم استعدادها للعالم أسره عن إمداد سوريا ماديًّا ومعنويًّا بلا تفريق بين الملل والعناصر؛ وسوف يعلن المجلس السوري بتفاصيل هذه المساعدة التي أخذتها حكومتنا على عاتقها.

وفي هذا البلاغ أيضًا، يتوجّه إلى حكومة دمشق باللّوم على ما اقترفوه ضد فرنسا، التي تحاول المساعدة فيشير تحت ترويسة: «التدابير المتّخدة ضد فرنسا»، رفضت حكومة

دمشق العملة السورية التي أصدرها البنك السوري لحساب فرنسا، فأحدث هذا العمل ضررًا عظيمًا بمصالح البلاد كما وأنها منعت إخراج الحنطة لبيروت وضواحيها...»

وفي افتتاحيته تحت ترويسة خواطر في عدد 2 أيلول 1920 تناول نعّوم مكرزل تحت عنوان «إحصاء النفوس والتجنيد» كيف واكبت الجرائد في الوطن إحصاء النفوس في لبنان – في لبنان الكبير، حيث جمعت- كما يقول- حكومة بيروت أصحاب الصحف، وأبلغتهم أنّ الأوامر قد صدرت بإحصاء النفوس في بيروت ولبنان استعدادًا للانتخابات – لضرب الضرائب، و»نفت الحكومة فكرة الخدمة العسكرية، وأعلنت أصحاب الصحف أنها لم تدرِ في خلدها لأن عندها من الجند ما هو فوق الحاجة، وعددهم الآن مئة ألف جندي، ولأن مسألة التجنيد في سوريا لا داعي لها؛ أمّا الإحصاء فضروري وتزود به الأوهام فيعرف عدد كل طائفة بالتمام لا بالتقدير ويُعرف معدل الذكور والإناث من الأمة، ويُعرف عدد الأميين والمعلمين، ويُعرف عدد الكهنة من خوارنة ورهبان وراهبات وأمثالهم، ويُعرف عدد الأُصلاء والدخلاء والأجانب، وبكلمة أنّ كل ما عرفه التمدّن الحديث يعرفه لبنان الكبير للمرة الأولى في تاريخة».

ج - «مرآة الغرب»

في عدد «مرآة الغرب» الصادر في أول أيلول عام 1920 تحت عنوان «فيصل في رومية» يشجب المقال تصرّف الفرنسيين في سوريا وسلطتهم العسكرية ونفي أعضاء مجلس إدارة لبنان.

حمل البرق من رومية أنّ الأمير فيصل «صرّح في حديث له مع مندوب جريدة المساجيرو الإيطالية أنّ السوريين سوف لا يعترفون قط بشرعية احتلال الفرنسيين لبلادهم ولا بأي نوع من الوصاية أو الاستقلال الإداري، ولا يرضون بغير الاستقلال التام، وقد شجب تصرّف الفرنسيين في سوريا بلهجة شديدة؛ وقال إنّ تقرير البعثة الأميركية التي استفتت السوريين يدل على شعور السواد الأعظم من السوريين، ومنهم قسم كبير من المسيحيين.

إن السوريين ليسوا ضد الفرنسيين، وإنما هم ضد سلطة الاحتلال العسكرية الفرنسية». وقال أيضًا «أمّا كون فرنسا حامية الطوائف المسيحية من تعصّب المسلمين فهو زعم قديم ولكن لا أساس له، فأن السلطة الفرنسية في بيروت، بدلاً من ذلك، جعلت غايتها التفريق بين المسيحيين والمسلمين الذين يعيشون كالأخوة، وقد بذلوا جهدهم للتوفيق بين

آمال الشعب ومصالح الفرنسيين في سوريا».

كانت «سياسة الجنرال غورو، معتمد فرنسا الأعلى في سوريا، معاكسة على خط مستقيم لحريّة سوريا وحدها بل لمبادئ الحريّة الشخصية كلّها». وإنّ الأحكام التي أصدرتها مجالس الفرنسيين العسكرية أشد ظلمًا وعدوانًا من الأحكام التي صدرت في عهد جمال باشا الحاكم التركي، فأنه على الأقل كان يستند إلى الشرائع ولو في الظاهر، بينما الفرنسيون يحكمون بالإعدام، ويضبطون الأرزاق والبضائع من دون محاكمة أو إنذار سابق للمحكوم عليه بنوع التهمة المنسوبة إليه أو التي يجاري من أجلها.

لقد حُكمَ على سبعة وثلاثين زعيمًا بالموت بدعوى «أنهم على اتّفاق مع أعداء فرنسا، وقد حكم عليهم جميعًا دون أن يُطلبوا للمحاكمة، وأيضًا فرّ من البلاد أربعمئة زعيم، ولكن الحركة السورية أكبر من أن يخنقها القتل أو العقوبات الأخرى.

كما أنّ «مرآة الغرب» عرّفت الأمير فيصل بـ«ملك سوريا»: «يُؤخد من نبأ عن جنيف أنّ الأمير فيصل – ملك سوريا – ينوي الذهاب إلى لوسرن للاجتماع بلويد جورج والمداولة معه، وكان منتظرًا وصوله إليها يوم الأحد. وفي عدد «مرآة الغرب» بتاريخ 2 أيلول سنة 1920 خبر بعنوان لويد جورج لا يقابل فيصل « قرر رئيس الوزارة الإنجليزية أن لا يقابل الأمير فيصل – ملك سوريا – وسوف لا يذهب الأمير إلى لوسرن، والمفهوم أن لويد جورج فعل ما فعل لكي لا يحرج عواطف فرنسا».

تقويم عام لدور الصّحف اللّبنانية من قضية إعلان لبنان الكبير

في هذا العرض، أبرز ما تضمّنته الصّحف المرصودة، يظهر بوضوح المسار الذي اتّخذته الصحافة اللبنانيّة آنذاك، ما يعكس الواقع ويؤرّخ للمرحلة؛ وذلك من خلال تعاطيها مع الحدث إعلان لبنان الكبير في نشر الخبر، والتعليقات عليه، وإبراز ما يتناسب مع خطّها العام، والذي انقسم في تلك المرحلة بين القومية العربية والقومية اللبنانيّة، وإن كان ذلك بِنَفَسٍ وطنيّ يتوحّد في نزعته التحرّرية من الاحتلال التركي، إنّما بتوجّهين مختلفين عقائديًّا، حيث كان فيها إعلان نشوء لبنان الكبير تكريس لتحقيق انتصار أحدهما، وإن كان لم يقضِ على القناعات الفكريّة العقائديّة الأخرى، والتي ظهّرت الخلافات الثقافيّة والسياسيّة على مستوى الهوية، وتعيين موقعها في خضمّ الصراعات الإقليميّة والدوليّة.

عبّر المفكّرون من خلال صحفهم عن مواقفهم من هذا الحدث ببعده العقائدي من خلال إبراز بعض الأخبار وفق المحور العقائدي الذي يتناسب مع سياسة صاحب الجريدة ونهجه الفكري، وإن اختلف تحديد الإطار الاجتماعي والسياسي لهذا الاستقلال. وصفت جريدة «لسان الحال» في بيروت الجنرال غورو بـ«القائد العام» و»فخامة الجنرال»، كذلك جريدة «البرق» في بيروت هلّلت في عدد 1 أيلول سنة 1920 للحدث «لبنان الكبير» بعنوان كبير، تتوسّط الصفحة الأولى منه الأرزة اللبنانية مسنّدة ببيت من الشعر:

«لواءَك – فأسجد يا فتى الأرز للوا وكن عاليًا وبك الأرز عاليا

مـــا الأرز إلا آيـة الله فـــي الـورى فبورك خـفاقًا فبورك نـاميا

وفي عددها الصادر يوم الخميس في 2 أيلول سنة 1920 تهلّل «البرق» أيضًا لـ«فخامة الجنرال» «قائد جيش الشرق والقوميين العالي»... يتصدّر الصفحة الأولى من هذا العدد العنوان الكبير: «إعلان لبنان الكبير، اعتراف الجنرال غورو بالدولة اللبنانية، بالعلم اللبناني، بيروت كعاصمة إلى الشعب اللبناني – من الجنرال غورو». قدّم صاحب «البرق» ورئيس تحريرها بشارة الخوري خطاب الجنرال غورو بالتالي:

«نشر فخامة الجنرال غورو قائد جيش الشرف والقوميين العالي للجمهورية الفرنسية على اللبنانيين التصريح الآتي: يا أبناء لبنان، كان مجلس إدارة لبنان ومشايخ القرى اللبنانية في الجلسة الرسمية المعقودة في بعبدا في 22 آذار سنة 1920، قد رأوا ما قدّمته فرنسا من الضحايا لتحرير أراضي لبنان تحريرًا نهائيًّا، واختاروا بين هتاف الشعب – الألوان الفرنسية وضموا إليها الأرزة دلالة الأمانة الثابتة في اللبنانيين شعارًا وطنيًا لهم – وها أنّ توقيع تركيا اليوم لمعاهدة الصلح قد أعطى لبنان استقلاله.

وبمناسبة إعلأن دولة لبنان الكبير بتلك المظاهرات التي هلّل فيها لبنان بصوت واحد لنيل حرّيته المنشودة، التي سيعمل بظلّها لتحقيق آماله وأمانيه، أنّ الجنرال القائد العام والكوميسير العالي يعترف بالعلم المقرر في جلسة بعبدا علمًا للدولة اللبنانية، ويأمر برفعه على كل أراضي هذه الدولة المعترف بها».

وفي نيويورك، نشرت جريدة «الهدى» بلاغ الجنرال، داعمة فرنسا أيضًا؛ فيما جريدة «الحقيقة» نشرت في بيروت نشاطات الأمير فيصل، كذلك الأمر بالنسبة إلى جريدة «مرآة الغرب» في نيويورك التي تلقّب الأمير فيصل بملك سوريا على الرّغم من تطوّر الأحداث لصالح فرنسا وضدّه.

أظهرت جريدة «الهدى» ولاءها للفرنسيين بوضوح عبّرت عنهم بـ»حكومتنا الفرنسية» مرحّبة بأهمية مساعدة فرنسا لشعبنا اللبناني ومن دون تفرقة، للوصول إلى الرقي والتقدّم بعد ما عانته بلادنا من نير الأتراك وهي قادرة على ذلك كونها دولة عظيمة. في المقابل، هاجمت «مرآة الغرب» الفرنسيين الذين وصفتهم بالمحتّلين و«الاحتلال الفرنسي» وبأنّهم يسعون إلى السلطة، غايتهم التفريق بين المسيحيين والمسلمين. وصل بـ«مرآة الغرب» الحدّ إلى اتّهام الفرنسيين بقمع الحرية وبأنّ أحكامهم جاءت أشد ظلمًا من تلك التي «صدرت في عهد جمال باشا الحاكم التركي».

حتى أنّ مصطلح «لبنان الكبير» استُعمل في الأعداد المرصودة من جريدتي «لسان الحال» و«البرق» البيروتيين وجريدة «الهدى» المهجريّة، فيما لم يظهر في جريدة «الحقيقة» البيروتيّة وجريدة «مرآة الغرب» المهجريّة.

هكذا، تعاملت الصحافة اللبنانيّة في الوطن والمهجر مع هذا الحدث التاريخي من خلال مواد تحريريّة تتوافق مع سياسة صاحب الجريدة وموقفه الوطني من هذا الحدث ببعده الإيديولوجي. فيما كانت «لسان الحال» لصاحبها خليل سركيس و«البرق» لصاحبها الأخطل الصغير (بشارة الخوري) تدعوان إلى استقلال لبنان تحت الوصاية الفرنسية؛ كانت «الهدى» تلاقيهما في هذه النزعة التي عُرِفَ بها صاحبها نعّوم مكرزل الذي ناضل من أجل استقلال لبنان برعاية فرنسية، قابله نجيب دياب في جريدة «مرآة الغرب» وسليمان بدّور صاحب جريدة «البيان» في حمل لواء الدفاع عن القضايا العربية إسوةً بجريدة «الحقيقة» البيروتية لصاحبها أحمد عباس الأزهري التي عُرِفَت أيضًا بنزعتها العروبية.

الخاتمة

إنّ مقارنة تحليلية للجرائد الأربع المختارة، كأنموذج للتقويم العام، تُظهر أنّ الصّحافة اللبنانية في لبنان والمهجر قامت بدورٍ تكاملي لناحية التحرّر، والاستقلال، وإنشاء الكيان السّياسي الجديد. وقد ظهرت هذه (التكاملية) من خلال التوافق على المبادئ العامة لخطوات التحرّر، وتظهير ذلك من خلال المصطلحات المعتمدة في الافتتاحيّات، والمقالات الرئيسة، والتغطيات الصحفيّة المتعلّقة بالوضع اللبناني العام. هذا ما يُظهر أهميّة الدور المحوري الذي قامت به الصّحافة اللبنانيّة في المساعدة لإنشاء الكيان اللبناني المستقل، ولكن إلى أي مدى حملت مفهوم المسؤولية الوطنيّة في تأديتها هذا الدور؟

- إنّ النزعة إلى التحرّر والاستقلال التي كانت سائدة آنذاك وظهرت تكامليّة بين الصحف المرصودة كنماذج مختارة من الصحافة اللبنانيّة نظرًا لأهميّتها من حيث الانتشار، والتأثير، واختلاف توجّهاتها العقائديّة، والتي تعكس أجواء الصراع الإيديولوجي حينها، وبعد ربطها بالنظريتين المعتمدتين في البحث، توصّلت الباحثة إلى الاستنتاجات الآتية:
- إنّ الاختلاف بين الصحف في تعاطيها مع مفهوم المسؤوليّة الوطنيّة لنشوء الكيان السّياسي الجديد يعكس الصراع العقائدي الذي كان سائداً آنذاك، والذي ظهر بشكلٍ عام في التهليل للمساعدة الفرنسيّة، ولدعمها في نشوء دولة لبنان الكبير في صيغته الحالية، والتي ظهرت بوضوح في الصحف ذات التوجّة اللبناني في مقابل اعتبار هذا الدعم (احتلال فرنسي في الصّحف الأخرى ذات التوجّه العروبي).
- وأخيرًا، أنّ مفهوم المسؤوليّة الوطنيّة للصحافة اللبنانيّة في تعاطيها مع الحدث الكبير «نشوء دولة لبنان» في أول أيلول عام 1920 يطرح تساؤلات جمّة حول مَن دعم هذه الصحف وموّلها، والتي كانت مُنهكة اقتصاديًّا بعد تداعيات الحرب العالميّة الأولى وما جرّته من ويلات على منطقتنا؛ وما الهفوات التي رافقت نشوء دولة لبنان الكبير التي لا تزال عرضة للصراعات الدوليّة والإقليميّة التي تحكم وتتحكّم في تحديد هويته المتصارع عليها منذ ولادته وحتى اليوم.

المراجع:

1. أعداد الصحف «لسان الحال»، «الحقيقة»، «الهدى» و«مرآة الغرب».

2. إلياس. جوزيف. (1982)، تطوّر الصحافة السورية في مائة عام (1865 – 1965 – الجزء الأول 1865 – 1918)، بيروت، دار النضال، ص 30.

3. الحكيم، د. أنطوان، (2018)، من متصرفية الجبل إلى دولة لبنان الكبير 1914 – 1920، بيروت، الدار اللبنانية للنشر الجامعي، ص 180 – 181.

4. داغر. أ. يوسف. (1987)، قاموس الصحافة اللبنانية 1858 – 1974، بيروت، المكتبة الشرقية، ص 33.

5. دي طرازي، الفيكونت فيليب. (1967). تاريخ الصحافة العربية (4 أجزاء). بيروت. دار صادر.

6. Hokayem, Antoine. (2014) Le Grand Liban et les États de Syrie dans les bouleversements de l’année 1920 au Proche-Orient, Kaslik, Presses de l’université Saint Esprit de Kaslik, P.51.

7. Moussallem, Anis. (1977). La presse Libanaise, Expression du Liban Politique et confessionnel et forum des pays Arabes, Paris, Librarie Generale de Droit et de Jurisprudence, Page 33.

8. Rabath. Edmond. (1986), La Formation Historique Du Liban Politique et Constitutionnel, Essai de Synthèse, Beyrouth, Publications de L’Université Libanaise, section des etudes juridiques, Politiques et Administratives, Page 378.

متطلّبات الدّقّة في الأخبار الإلكترونيّة في ظلّ جائحة كورونا من وجهة نظر القراء

(دراسة ميدانية)

أ.عائشة كريكط - جامعة جيجل - الجزائر

أ.وسام بوقلمون

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام - الجزائر

Abstract:

Higher National School of Journalism and Media Sciences Summary Accuracy is one of the most important characteristics of the news, especially the electronic. What distinguishes the media from the rest of the sources of news and information is its credibility associated with the accuracy of its contents, as it is today one of the least professional standards available in the electronic world, whether related to electronic journalism, social media news or blogs. It becomes the duty of the media to provide reliable news, especially in light of the current health situation associated with of the Corona pandemic where the importance of correct and accurate information increases in times of crisis to increase reliance on the news of the media in it. It also becomes the responsibility of the media to provide the necessary information to educate the citizen towards positive behavior that would alleviate the crisis, as crises are not a stage for the scoop or work political agendas or economic interests.

مقدمة:

أحدثت أزمة كورونا تأثيرات عديدة على المجالات المختلفة، حيث اتجهت الحياة من

الفضاء الواقعي إلى الفضاء الافتراضي أو الرقمي بنقل النشاطات المختلفة إلى البيئة الإلكترونية. فالتعليم، والعمل، والصحة، وغيرها من القطاعات أصبحت إلكترونية، وازداد الاهتمام بكل ما هو إلكتروني بما فيها المعلومة وهذا من خلال المواقع الإخبارية أو الصحف الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي ظلّ الأزمة الصحية المتعلقة بفيروس كورونا، فأنّ وسائل الإعلام الإلكترونية أمام تحدٍّ كبير وهو توفير المعلومات الصادقة، والدقيقة، والشاملة حول الوباء سواء مسبباته أو طرق الوقاية منه، والتقارير التفسيرية، والنشرات التوعوية؛ وكل هذا لتفادي الوقوع في الأخبار الكاذبة التي تنتشر أكثر أوقات الأزمات، وخصوصًا عبر الوسائط الرقمية.

1 - الإشكالية

لذا، فوسائل الإعلام الإلكتروني، وفي إطار التحلي بمسؤوليتها الاجتماعية فأنها في اختبار لتوفير المعلومات الكافية حول كلّ ما يخص هذه الأزمة. ولعلّ الجانب الأهمّ فيها هو دقة الأخبار ومصداقيتها، على اعتبار أنّ هذا المبدأ من أهم المبادئ المهنية المفقودة في الإعلام الإلكتروني مقارنة بالإعلام التقليدي، حيث يفقد إعلام الصحف الإلكترونية وغيرها العديد من مؤشرات الدقة، وبالتّالي تقلّ مصداقيته وثقة القارئ فيه، إذ أنّه يُعدّ لدى الكثير أقل دقة على اعتبار أنّ الجمهور هو من يقرّر ذلك في ظلّ سعي الوسيلة لتوفير احتياجاته المعرفية والإخبارية كلّها.

لذا، وانطلاقًا من ذلك، جاءت هذه الدراسة لتبحث في هذا الإشكال لمعرفة كيف يجب أن تكون الأخبار دقيقة من وجهة نظر قرائها لتطرح التساؤل الآتي:

ما متطلبات الدقة في الأخبار الإلكترونية في ظل أزمة كورونا من وجهة نظر القراء؟

2 - أهميّة وأهداف الدراسة

تعدّ هذه الدراسة من الدراسات حول مبادئ العمل الإعلامي، التي تندرج ضمن المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وهذه المرة في علاقتها بالأزمة، وتتمثل أساسًا في أزمة كورونا(كوفيد-19)، بحيث تسهم في معرفة المؤشرات الجديدة لمبدأ الدقة في الأخبار في ظل أزمة كورونا على غرار الأوقات العادية؛ فمن خلال هذه الدراسة، يتم الكشف عن أهم مؤشرات ومتطلبات الأخبار الدقيقة، كما يجب أن تكون من وجهة

نظر المتلقي؛ لذا، فهي تسهم في الفهم الجيد لأحد أهم مبادئ العمل الإعلامي(الدقة) في علاقته بموضوع الأزمة.

لذا، تهدف الدراسة إلى ما يلي:

- الكشف عن أهم متطلبات الدقة في الأخبار الإلكترونية عبر مختلف وسائل الإعلام الإلكتروني في ظل أزمة كورونا سواء في الصحافة الإلكترونية أو منصات التواصل الاجتماعي.
- معرفة مدى توفر الأخبار الإلكترونية حول جائحة كورونا على الدقة الكافية من وجهة نظر المتلقين، والتي تحقق إشباعاتهم المعرفية حول الأزمة.
- معرفة أهم نقاط القوة والضعف في التغطية الإعلامية لأزمة كورونا من حيث دقة الأخبار
- تقديم توصيات ومقترحات في سبيل تحسين العمل الإعلامي في أثناء الأزمات وخصوصًا الإلكتروني.

1. منهجية الدراسة

1. منهج الدراسة

استخدمت الدراسة المنهج المسحي الذي يعدّ أحد المناهج الوصفية، فالدراسة تسعى إلى وصف الظاهرة والتي تتمثل هنا في الدقة كأحد أهم مبادئ العمل الإعلامي، حيث سيتم وصف الأخبار من خلال المسح الميداني كما يراها المتلقون؛ إذ، تمثل إجابات المبحوثين البيانات الخام التي تقوم عليها عملية الوصف، فالدراسة تؤسس لما يجب أن يكون عليه المضمون الإعلامي الخاص بأزمة كورونا كما يراه المتلقي، حتى يكون مضمونا دقيقا من ناحية وظيفية ومسؤولية اجتماعية.

2 ـ عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على عينة قصدية من القراء الإلكترونيين، حيث تضم متصفحي المواقع الإخبارية ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تجمع بينهم خاصية التعرض الإلكتروني للأخبار عبر المواقع أو الصفحات (صفحات إخبارية او صفحات لمؤسسات إعلامية).

وتضم العينة: الطلبة الجامعيون، الأساتذة، الموظفون وغيرهم، وتتكون من 50 مفردة.

3 - أداة الدراسة

تتمثل في الاستبيان الإلكتروني حيث تعد الأداة المناسبة للحصول على المعلومات من المجتمعات البحثية الإلكترونية، فالجمهور الإلكتروني يتكون من مستخدمي الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، عدا عن كون مجتمع الدراسة غير محدود جغرافيا ولا عدديًا، وهذه الأداة تساعد في الحصول على عدد لابأس به من الإجابات لسهولة استخدامها من طرف المبحوث.

4 - مفاهيم الدراسة

- **الدقة accuracy**

مفهوم يعني أنّ كل عبارة في القصة الخبرية، وكذلك كل اسم أو تاريخ أو اقتباس من كلام المصدر لا بدّ أن يكون صحيحًا، فضلا عن تقديم الخبر بطريقة واضحة لا لبس فيه.

ويربط بعض الكتاب الدقة بالاحتراف المهني للصحفي فيقول «الباز» أنّ الصحفي المحترف هو الذي يحصل على المعلومة الصحيحة والدقيقة، ويجيد صياغتها بالشكل الذي يتناسب مع حجمها ويستطيع القارئ من خلال هذه الصياغة أن يفهم ما يريده منه الصحفي أو ما لا يريده.

وبالمفهوم الإجرائي، هي تفادي الأخطاء بأنواعها: المعلوماتية، المفاهيمية واللغوية والنحوية والطباعية وغيرها، وهي لا تحتاج فقط الالتزام الصحيح والتثبت من صحة الآراء والمواقف والمعلومات لكنها تحتاج أيضًا للسياق والخلفية.

وهذه بعض عناصرها:

- المصادر والإفصاح عنها.
- اللّغة، الصّور والتواريخ المعتمدة.
- تجنب المحتوى غير الصحيح.
- الابتعاد عن المعلومات الناقصة التي يعني افتقادها تشويه الوقائع.
- نقل المعلومات من المصدر دون زيادة أو نقصان.

- تجنب أخطاء الأرقام والمؤشرات.
- إسناد الآراء دومًا إلى مصادرها.
- تجنب أخطاء المفاهيم والمصطلحات.
- وضع الاقتباس في السياق الذي قيل فيه.
- عدم تقديم صور أو فيديوهات معدلة أو متلاعب بها.

– **الخبر الصّحفي**

هو الرواية الأمينة الكاملة غير المنحازة للأحداث ذات الأهمية أو النفع بالنسبة إلى الجمهور، وهو أيضًا وصف موضوعي دقيق تطلع به الصّحيفة أو المجلة قرّاءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة، على الوقائع، والتفاصيل، والأسباب، والنتائج المتاحة والمتتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد لافت للنظر يتصل بمجتمعهم وأفراده وما فيه أو المجتمعات الأخرى، كما يسهم في توعيتهم وتثقيفهم ويحقق الربح المادي لها.

الخبر في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية

الخبر هو وظيفة اجتماعية تعمل على تقديم معلومات جديدة عن الأحداث بغض النظر عن وجود عنصر الإثارة، أي أنّ الخبر هو خدمة اجتماعية يستفيد منها القرّاء بشكل رئيس ضمن إطار من المسؤولية الاجتماعية، ويتضمّن الآتي:

- الصّدق في الأداء.
- العمل من أجل الصالح العام.
- عدم التحيز.
- الموضوعية.
- البعد عما يخدش الحياء.
- احترام خصوصية المواطنين.

– **أزمة كورونا**

هي الأزمة التي نشأت بسبب فيروس كورونا، والذي يعدّ سلالة واسعة من الفيروسات

التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، والتي تسبب لدى البشر أمراض تنفسية، تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد، مثل: متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة (سارس)، ويسبب فيروس كورونا المكتشف مؤخرًا مرض كوفيد 19.

2. دور الإعلام في ظل أزمة كورونا

إنّ للإعلام دورًا مهمًّا في إدارة الأزمة، حيث استخدمت الحملات الإعلامية المكثفة في تفسير أسباب انتشار الفيروس، والبحث عن جذوره وشرح مخاطره، وصولًا إلى الحدّ منه، والقضاء عليه، والتوجيه الصحيح للمواطنين لمعالجة هذه الأزمة.

وممّا قامت به بعض وسائل الإعلام إطلاق هاشتاغ # خليك بالبيت، لضرورة التزام المواطنين منازلهم، وتحوّلت نشرات الأخبار إلى منصّات تعلن تزايد عدد المصابين، والمتعافين، وعدد الوفيات مع الإحصائيات المفصلة، بالإضافة إلى استضافة اختصاصيين، وأطباء لشرح مخاطر هذا الوباء.

وكذا، المشاركة في الترويج لحملة «التباعد الاجتماعي» Social distancing لتقليل آثار كورونا وكل هذا للحد من انتشار الفيروس.

وفي هذا الإطار، اتّجهت المنظومات الإعلامية إلى تعزيز الإعلام الإلكتروني كأحد الأدوات الهامة في بناء استراتيجيات التوعية بمخاطر الفيروس والاستفادة القصوى منه في تطوير أساليب ووسائل التعليم والتدريب التفاعلي عبر الوسائل الإعلامية الحديثة .

3. السّرعة والدقة في الأخبار الإلكترونية: هل يتعارضان؟

يقول الباحث في جامعة الأناضول «هولوك بيرسون» في دراسة له حول مؤهلات العمل وظروفه في الصحافة الإلكترونية، نشرت عام 2011 من المعروف أنّ المصداقية، والدقة، والتوازن من أساسيات العمل الصحفي، التي تتعارض بدورها مع السرعة الملازمة للصحافة الإلكترونية، حيث تعدّ الأخبار العاجلة مفتاحًا للنجاح في الصحافة، وإلى حد ما تتقبل بعض الأخطاء فيها بحيث تعدل فور ملاحظتها، ولكن مصداقية المصدر شرط أساسي لا يمكن التهاون فيه حتى مع السرعة.

كثير من الصحف الإلكترونية لا تكلف نفسها عناء ذكر المصدر مرات كثيرة، وأصبح الجمهور مطالبًا بالتحقق من صدقية المعلومات التي ترد إليه عبر الأنترنت واثقال كاهله

بعبء التثبت من صحة ما ينشر من أخبار وتقارير، ممّا قد يسبب مشكلة حقيقية.

تشير دراسة أعدّتها هيئة تحرير «راديو عمان نت» بعنوان أخلاق الصّحافة الإلكترونية إلى أنّ أهمّ أخلاقيات العمل على الأنترنت في المجال الإعلامي تتمثّل في كسب ثقة النّاس، وذلك عبر الالتزام بالمصداقية، والموضوعيّة، وإدراك خدمة المصلحة العامة؛ وتؤكّد الدراسة أنّ التزام الصّحفي الإلكتروني بالحقيقة وإصراره على تقديم الأخبار بدقة هو أساس آخر من أساسيات العمل المهني ومبادئه على الأنترنت.

لذا، فالخبر الكامل مهما كان نوع الوسيط هو الذي يعطي الإجابات الوافية والكاملة على الأسئلة الآتية:

من: من الّذي أدّى الدّور الأوّل في وقوع الحدث؟

متى: زمن وقوع الحدث.

أين: مكان وقع الحدث.

ماذا: ماذا حدث؟

كيف: تفاصيل الحدث

لماذا: أولويات أو خلفيات الحدث.

ليس بالضرورة أن تتوافر في الخبر الإجابة على الأسئلة الستة، ولكن المصدر الصّحفي يسعى دائمًا لضمان الإجابات على ما يستطيع من هذه الأسئلة.

ومن الناحية العملية، فهناك عناصر أساسية تدخل في تشكيلة بنية الخبر وتتكامل داخل هيكله العام، وهي:

1) أن يكون الخبر حقيقيًّا أيّ وقع فعلا: وبهذا يجب أن تكون المعلومات، والوقائع، والأسماء، والأمكنة، والتواريخ، والأشخاص، أو المؤسسات التي يتناولها الخبر دقيقة بأقصى ما يمكن، وأنّ أيّ خلل في إيراد الواقعة الإخبارية من حيث دقتها يزلزل الخبر أساسًا، وينزع الثقة لدى الشخص المتلقي

2) أن يكون مثيرًا أو يهمّ أكبر عدد ممكن من الناس: هذا يعني أنّ الخبر لا يعطي الوقائع أو الحقائق جامدة أو بلغة روتينية، بل أنّه يهتم بالملامح المشوّقة بخصوص الوقائع التي ينطوي عليها، يجب أن تكون الأخبار واقعية تتضمن حقائق ملموسة

لكي تكسب اهتمام النّاس.

3) الجدّة أو الحداثة: أنّ عنصر الجدة أساسي للغاية في الأخبار، فهي تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة، وتمثل الجدة في الأخبار عنصر استقطاب اهتمام الشخص المتلقي.

وبحسب شبكة الجزيرة الإعلامية فأنّ الدقة تشمل:

1. دقة اللّغة: لغة واضحة، وبسيطة، ومحكمة بعيدة عن المحسنات البلاغية، ولا تترك مجالًا للتأويل.
2. دقّة الصّورة: باختيار الصّورة المعبرة عن الخبر.
3. دقة المعلومة: بتقديم المعلومات من مصدرها الأساسي وخصوصا المراسلين.

4. **متطلبات التغطية الإخبارية الفعالة للأزمات**

حدّد الباحثون مجموعة من الضوابط التي تحكم علاقة الرّأي العام بمسألة إدارة الأزمة، منها:

- الدّقة، وإمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية.
- الاهتمام بالتصريحات ذات الطبيعة السياسية والرسمية التي تساعد على تشكيل الرأي العام تجاه الأزمة.
- القدرة على التعامل بموضوعيّة.
- سرعة نشر الحقائق اللازمة لخلق مناخ صحي يحتوي آثار الأزمة، ويعمل على تخفيف حدّتها

والمعالجة الإعلامية للأزمة يجب أن تكون معالجة متكاملة تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة، تتّسم بالعمق، والشّموليّة، والمتابعة الدقيقة لمختلف جوانب الأزمة، بالإضافة إلى تقديم سياق الأزمة، وآفاق تطورها.

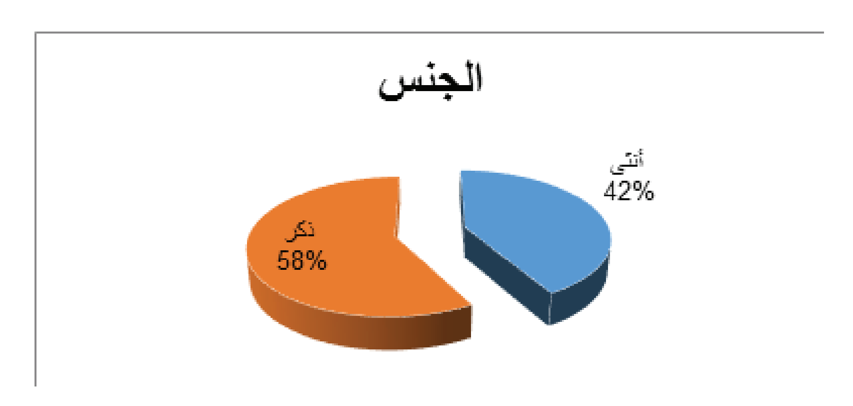
1. **المعايير المهنية للإعلام الأزماتي الإلكتروني في أثناء تغطية جائحة كورونا من وجهة نظر القراء:**

في هذه الدراسة، تم استخدام طريقة المسح عن طريق استبيان إلكتروني تمّ وضعه على الصّفحات الرّسمية لمواقع التواصل الاجتماعي لأربع مؤسسات إعلاميّة، و هي

جرائد جزائرية إخبارية – الشروق اليومي، النهار، الشعب، المساء، حيث تضمّنت الاستمارة اثنا عشر سؤالًا بهدف معرفة مدى ضبط مبدأ الدقة في النشر الإلكتروني للمعلومة الصحية الخاصة بجائحة كورونا في الجزائر عند متصفحي هذه المواقع.

ويتمّ عرض النتائج كما يلي:

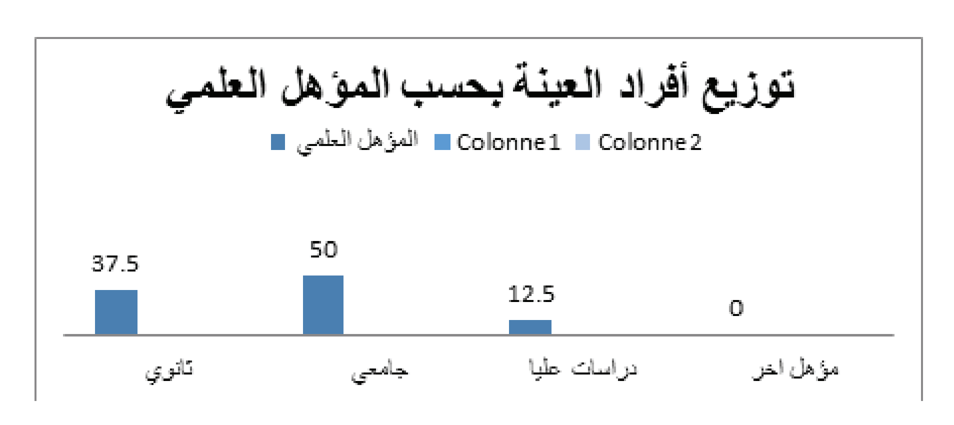
الجنس: يوضّح الشّكل (1) النّتائج المتحصل عليها.



المصدر: من إعداد الباحثتين.

- يبيّن هذا الشكل (1) توزيع أفراد العينة بحسب الجنس، ويتضح من خلاله أنّ نسبة الذكور أعلى بجزيئات قليلة من نسبة الإناث حيث تقدر ب 58%، وتقدر نسبة الإناث ب 42%، وهذا يعود إلى اهتمام الكبير لكلتا الفئتين بالأخبار المتعلقة بجائحة كورونا إلى الاضطلاع على مواقع أخبار الجرائد الجزائرية لمعرفة تطورات الجائحة.

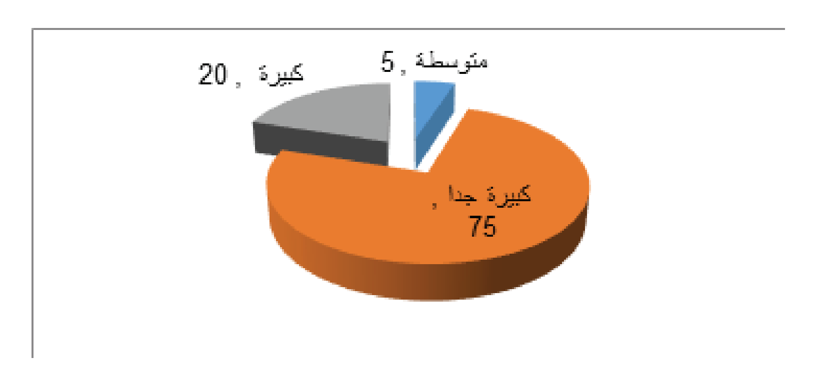
المؤهل العلمي : الشّكل رقم 2



المصدر:إعداد الباحثتين.

- يشير الشكل 2 إلى أنّ غالبية أفراد العينة هم ذو مستوى جامعي، وذلك بنسبة 50% في حين 37.5% من المستوى الثانوي لتأتي فئة مستوى الدراسات العليا بنسبة 12.5%، أمّا فيما يخص المؤهلات الأخرى فلم تتحصل على أي فرد. لا يقل متغير المستوى التعليمي أهمية عن أي متغير كونه يعطي أراء تخدم الظاهرة.

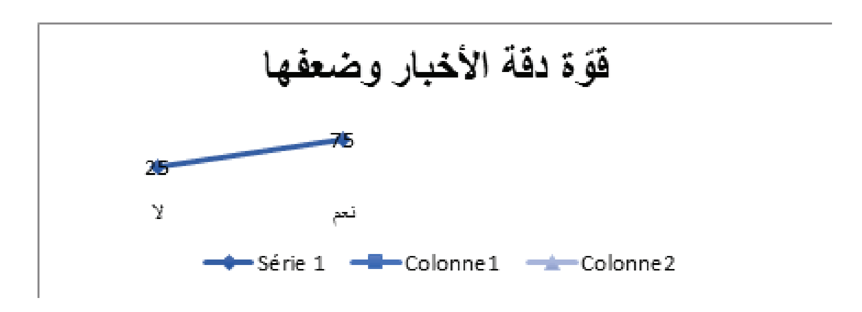
2. دور صفحات المواقع الإخبارية الجزائرية في تعزيز الدقة والشفافية في الأخبار المنشورة حول جائحة كورونا عند القراء :



المصدر: إعداد الباحثتين.

- يبيّن الشكل رقم (3) مدى اهتمام الصّفحات الإخبارية عبر مواقعها الإلكترونية بأزمة كورونا في تحري مبدأ الدقة و الشفافية في نشر المعلومة الصحية، فقد وصلت النسبة الأكبر جدًا من طرف القراء إلى 75 %، تليها النسبة 20% بدرجة الاهتمام الكبير، و بنسبة متوسطة قدرت بـ5 % لتنعدم درجة الاهتمام الضعيفة، ويعود ذلك إلى ما يوليه الإعلام الإلكتروني الجزائري من تحري الشفافية في نشر الأخبار الخاصة بالوضع الصحي حول كوفيد 19 عبر تطوّر موجات انتشار الوباء والاستراتيجيات المتبعة من قبل السلطات الجزائرية في الحجر المنزلي الذي جعل من المعلومة الإلكترونية هي السبيل الوحيد للمواطن الجزائري لتقصي حقيقة الوضع.

4 - قوة التغطية الإعلامية لأزمة كورونا من حيث دقة الأخبار المنشورة إلكترونيًا:



المصدر: إعداد الباحثتين.

- استنادا إلى معطيات الشكل (4)، فأفراد العيّنة يجمعون غالبيتهم على قوة التغطية الإعلامية لازمة كورونا من خلال تصفحهم لمواقع نشر المؤسسات الإعلامية الجزائرية بنسبة 75% بدرجة أولى، وتعود نسبة القوة في دقة الأخبار إلى الاحصائيات المنشورة حول تأزم الوضع في تطور موجات كورونا الأولى والثانية، في حين 25% نسبة الأفراد تخالف الرأي من مجموع العينة.

5- الصفحات الإخبارية الإلكترونية بين مصدر للمعلومة الصحية، ومصدر للشائعات ومحاربتها من خلال تعامل الجمهور مع المضامين الصحية المنشورة:



المصدر: إعداد الباحثتين.

- اعتمادا على الشكل (5) يوضح لنا كيفية تعامل أفراد العينة مع المنشورات الإلكترونية حول وباء كورونا بتحقيق نسب متقاربة بين اعتماد المتصفحين على الصفحات الإخبارية كمصدر للمعلومة بنسبة 55.5% ونسبة 44.5% كمصدر لمحاربة الشائعات.

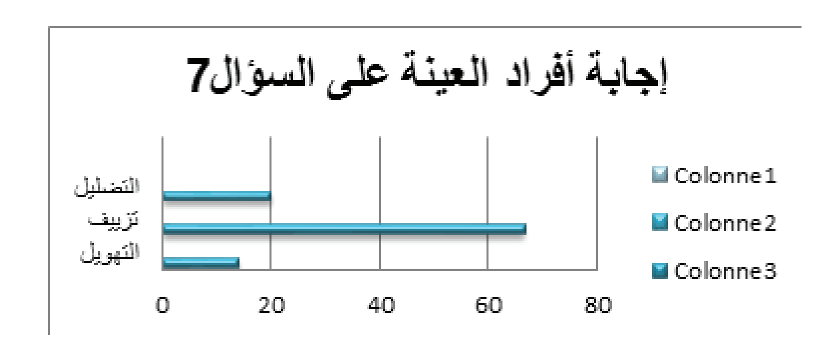
6- أهم متطلبات الدقة في الأخبار الإلكترونية في ظلّ أزمة كورونا سواء في الصّحافة الإلكترونية أو منصّات التّواصل الاجتماعي:



المصدر:إعداد الباحثتين.

- تصدرت نسبة دقة الصورة ب45 % وتلتها نسبة 22 % دقة المصدر لتأتي دقة المعلومة بنسبة 12.5% ويعود هذا إلى تأثيرها على الجمهور الذي يحاول إيجاد توازن بين ما ينشر و بين ما يريد أن يصل إليه من حقيقة بالإضافة إلى الميزات التي تتميز بها المواقع الاجتماعية من خصائص و تحتل النسبة الضعيفة من بين أهم المتطلبات وهي دقة اللّغة بنسبة 10.5%.

7-اعتماد منشورات صفحات مواقع التواصل الاجتماعي برأي المتصفحين:



المصدر:إعداد الباحثتين.

- يوضّح الشّكل (7) أنّ أفراد العيّنة من وجهة نظرهم في ما يتم تداوله في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار حول الجائحة هو تزييف للحقائق بنسبة 66% ، تليها مباشرة الأخبار التضليلية بنسبة 20% لتقلّ بحسب رأيهم نسبة التهويل في الأخبار المنشورة بنسبة 14%.

خاتمة :

في ختام هذه الورقة البحثية يمكن القول أنّ مبدأ الدقة يعتبر من صفات الخبر الواجب توافرها في تحريره، فالدقة معيار لتحقيق مصداقية التغطية الإعلامية الإلكترونية، خصوصًا في أثناء الأزمات، حيث يخلق ثقة بين المجتمع ووسيلة الإعلام الإلكتروني، فالصّحفي يحتاج إدراكًا للسياق الاجتماعي والتقني الذي يحول دون ارتكابه للأخطاء، وعليه توصّلت الورقة البحثية إلى استخلاص **مجموعة من النتائج التي تقف على أبرز متطلبات الدقة الواجب توفرها في الصّحافة الإلكترونية على اختلاف مؤسساتها:**

1. معظم الصفحات الإخبارية الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية تفتقد الدقة في المعلومات، وتنشر الشائعات بنسبة 44.5% ، وهذا راجع إلى الاهتمام الكبير بتغطية مستجدات الأزمة من جهة، واحتكار السلطات الرسمية المعلومة الصحيحة من جهة أخرى .
2. عدم توفر معيار الدقة، والوضوح في المصطلحات، والتعابير المستخدمة في التغطية الصحفية لتطور انتشار وباء كورونا من قبل مواقع صفحات الأخبار حيث كانت النسبة الأضعف ب10%مقارنة مع بقية النسب.
3. احتكار متطلب دقة الصّورة في نشر الخبر الإلكتروني على مواقع الصفحات الرسمية الإخبارية للمؤسسات الإعلامية، وأيضًا على مواقع التواصل الاجتماعي على غرار باقي المتطلبات بوجهة نظر القراء بنسبة 45% وهذا يعود إلى تأثير الصورة وبلاغتها على الأفراد.
4. سيطرة الأخبار المزيفة بنسبة 66%على المنشورات المتداولة حول وباء كورونا بمواقع التواصل الاجتماعي، وافتقارها لمعايير الدقة، والموضوعية، والحياد في تغطية الأخبار.
5. قوة التغطية الإعلامية لأخبار كورونا من حيث دقة الأخبار المنشورة إلكترونيًا بنسبة كبيرة في فترة الموجات الأولى والثانية بنسبة 75% مقارنة بالموجة الثالثة.
6. تعمل صفحات المواقع الإخبارية الجزائرية دورًا فعالًا في تعزيز الدقة، والشّفافية في الأخبار المنشورة حول جائحة كورونا عند القراء بنسبة فاقت 70%.
7. تعدّ الصّفحات الإخبارية للمؤسسات الإعلاميّة مصدرًا للمعلومة الصحية، ودليلًا إعلاميًّا لمتصفحيها.

التّوصيات:

على ضوء هذه النتائج سيتم إيراد جملة من الاقتراحات، وهي:

- ضرورة الالتزام بالمعايير التّحريرية في كتابة الخبر ونشره من خلال تحرّي حقيقة الخبر قبل نشره والسعي وراء بلوغه، ونقل الوقائع بصدق وأمانة من دون تجاهل، أو اجتزاء.
- وضع مواثيق شرف أخلاقية خاصة بالبيئة الإلكترونية للعمل الصحفي لتحمل مسؤولية نشر الخبر من خلال تقديم **مرتكزات للتغطية الصّحفية المهنية إلكترونيًا.**
- يستلزم الاهتمام بالصّحافة الرّقميّة والاستثمار فيها أمام الإفلاس المعلوماتي، والمصداقية النسبية في الأخبار الإلكترونية، وأخبار مواقع التواصل الاجتماعي، نظرًا إلى أهميّتها وفاعليتها، وهذا ما كشفته أزمة الوباء العالمي.
- ضرورة سن تشريعات تخصّ الصّحافة الإلكترونية بأنواعها في ظلّ السياق الجديد للمجتمعات.
- يستلزم على الصّحفي توخي النزاهة المهنية، والعمل على تكريس مبدأ المصلحة العامة، وتغليبها على مصلحة مؤسسته الإعلامية أو مصلحته الشخصية في نشر الخبر.
- ضرورة ترسيخ قاعدة دع الحقائق تتحدث عن نفسها لدى الصّحفي.

المراجع:

1. رباب صلاح السيد إبراهيم، محاضرات في الخبر الصحفي وفنونه، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، 2020.
2. سهى إسماعيل، أخلاق الصحافة في عصر الأنترنت، معهد الجزيرة للإعلام، نشر بتاريخ 28 أفريل 2016، الرابط https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/262 تاريخ الزيارة 17 أكتوبر 2021، الساعة 13:35.
3. شبكة الجزيرة الإعلامية، المعايير التحريرية، الرابط https://network.aljazeera.net/ar/node/40071، تاريخ الزيارة 18 أكتوبر 2021، الساعة 14:28
4. صالح شاكروتوت، الخبر الصحفي: عنصر أساسي من عناصر العملية الإعلامية، مجلة أهل البيت، العدد الأول، 2004.

5. قيس سعود البدر، مدى التزام الصحافة المطبوعة، وصحافة الأنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، أكتوبر 2021.

6. محمدي خيرة، الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا كوفيد-19 في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 2، العدد 3، سبتمبر 2020.

7. محمود أدهم، فنون التّحرير الصّحفي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة.

8. مرصد مصداقية الأردني» أكيد»، معايير التحقق من مصداقية التغطية الصحافية، //:https
D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%/2/standards/page/ar/jo.akeed.www
D8%A%D8%A7%D9%84%D8%AA%_D8%B1%D9%8A%%8A، تاريخ الزيارة 18 أكتوبر 2021، الساعة 14:32

التّحديات المهنية أمام
البث المباشر عبر فيسبوك

أ. زكريا حسين أحمد

جمهورية جيبوتي

Abstract:

One of the advantages of traditional media is that stylistic guides are adhered to by everyone who joins them, but the digital communication environment is different from that or it is from an atmosphere in which there is no censorship, as anyone can become a journalist by what a broadcaster through his smartphone or computer, and social networks are witnessing a wide spread, surpassing the traditional world of all kinds.

مقدّمة:

من مميزات وسائل الإعلام التقليدية أنّها بيد مؤسسات تعمل وفق معايير تنظيمية، وأدلة أسلوبية يلتزم بها كل من ينضم إليها، لكن بيئة الاتصال الرقمي مختلفة عن ذلك بما توفّره من أجواء تنعدم فيها الرقابة؛ إذ بات بمقدور أي شخص أن يصبح صحفيًا أو مذيعًا عبر هاتفه الذكي أو جهازه الحاسوبي، كما أنّ شبكات التواصل الاجتماعي تشهد انتشارًا واسعًا، متفوقة بذلك على الإعلام التقليدي بمختلف أنواعه.

وتوصلت دراسة مصرية حديثة عن «دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الشباب نحو أزمة كورونا» إلى أنّ مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تأتي في المرتبة الأولى كأول المصادر التي يحصل منها المبحوثون على مقاطع الفيديو التي تتعلق بأزمة كورونا، بينما جاءت المواقع الإخبارية في المرتبة الثانية، وأتت أداة البحث من خلال محرّكات البحث في المرتبة الثالثة، وجاءت بعدها مباشرة عبارة يرسله صديق لي في المرتبة الرابعة، وهذا يشير إلى أنّ اهتمامات المتابعين تحوّلت نحو شبكات التواصل

الاجتماعي لما يتسم به الإعلام الجديد من خصائص منها: السرعة في صناعة الخبر، والتكرار والتضخيم والمبالغة، ومحاصرة المتلقي واهتمامه بصدق الخبر، والجرأة الزائدة، ونبرة التمرد والتحرر، والتحيين أو إعلام اللحظة، بالإضافة إلى خصائص أخرى حوّلت هذا النوع من الإعلام إلى النوع المفضل اجتماعيًا لكونه يعتمد على ثقافة الاستهلاك خاليًا من البروتوكولات والروتين الذي أصبح يعاني منه الإعلام التقليدي.

وأظهر استطلاع رأي حديث أجراه في الولايات المتحدة كل من مركز أبحاث استطلاعات الرأي العام التابع لجامعة شيكاغو ووكالة أسوشيتد برس وموقع تجميع البيانات «يو. إس.أي فاكتس»، أن 54% من الشعب الأميركي يتابع الأخبار اليومية للحكومة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، بينما حلت الصّحف الوطنية في نهاية قائمة مصادر الأخبار التي يتابع من خلالها الأميركيون أخبار الحكومة اليومية بنسبة 19%.

وفي المقابل كشفت دراسة أميركية أنّ عددًا كبيرًا من وسائل الإعلام الإلكترونية تفتقر إلى الدقة وتسهم في نشر الشائعات، مشيرة إلى أنّ وسائل الإعلام الاجتماعي تؤدّي دورًا أساسيًّا في نشر الأخبار المثيرة بغض النظر عن دقتها؛ وفي ذلك إشارة إلى مآخذ أخلاقية ومهنية تمس المحتوى والقائمين بالاتصال في البيئة الإعلامية الرقمية.

ويرى بعض المهتمين أنّ وسائل التواصل الاجتماعي ومن ضمنها فيسبوك أبعدت الإعلام عن المهنية والاختصاص الوظيفي ليتحول إلى هواية يمكن وصفها بالقاتلة في كثير من الأحيان. وعلى الرّغم من أنّ غالبيّة تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي أُنشئت لأغراض اجتماعية بحتة مثل التواصل والتسلية وليست للاستخدام الإعلامي المهني فأنّ القاسم المشترك هو توافر أركان العملية الاتصاليّة من مرسل ومستقبل ورسالة.

ويتمتع فيسبوك بخاصية البث المباشر، وهذا يعني امتلاك أي شخص مرتبط بهذه المنصة الاجتماعية قناة تلفزيونية مجانية الاستخدام لتوصيل رسائل مرئية، ونشر المحتوى وبثّه من أي مكان في العالم؛ لذا، تحاول الورقة الحالية البحث في التحديات المهنية أمام القائم بالاتصال في بيئة البث المباشر عبر فسيبوك.

تشهد وسائل التواصل الاجتماعي تطورًا وانتشارًا متزايدين مردّهما التطوّر التقني المتسارع، وتشير بعض الإحصائيات إلى أنّ عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية في عام 2020م بلغ ما يقرب من 3.800مليار، وذلك بزيادة قدرها 9% عن العام الذي

قبله، وأظهر تقرير بوابة الإحصاءات الدولية على شبكة الأنترنت Statista للربع الثاني من العام 2021 أنّ فيسبوك يتصدر شبكات التواصل الاجتماعي في مؤشر عدد المستخدمين النشطين حول العالم بنحو 2.89 مليار مستخدم نشط.

ومنذ أن أطلق فيسبوك خدمة البث المباشر (Facebook live) في أبريل 2016 تزايد الإقبال على هذه الميزة التي مكّنت المواطن الصّحفي من امتلاك قناة تلفزيونية مجانية الاستخدام، وتعدّدت استخداماتها ما بين أغراض إعلامية وغير إعلامية، مستفيدة من الحرية وانعدام الرّقابة.

وإذا كان البث المباشر في القنوات المحترفة يستلزم المزيد من الحرص والعناية لكونه عرضة للطوارئ والمفاجآت، فأنّ البث المباشر عبر فيسبوك المتاح للجميع يثير الكثير من التساؤلات، في ظل تشعب المهام والمسؤوليات الملقاة على حارس البوابة الافتراضية، وتتمثل المشكلة البحثية في التّعرف إلى واقع البث عبر فيسبوك وما يمكن أن يواجه القائمين بالاتصال عبره من تحديات مهنية.

تستمد هذه الورقة العلمية أهميتها من أهمية موضوعها الذي يمس استخدامات خاصية البث المباشر بفيسبوك والتحديات المهنية أمام القائمين بالبث المباشر عبر فيسبوك. ويُنتظر منها أن تخلص إلى مقترحات من شأنها أن تفيد القائمين بالاتصال في بيئة البث المباشر عبر فيسبوك، وكذلك المهتمين بالمجال الإعلامي مهنيًا وأكاديميًا.

تسعى الورقة العلمية الحالية إلى تحقيق أهداف منها:

- معرفة استخدامات خدمة البث المباشر عبر فيسبوك.
- كشف المعايير المهنية المطلوبة من القائم بالاتصال في بيئة البث المباشر عبر فيسبوك.
- تقديم جملة من المقترحات العلمية والمهنية من أجل توظيف هذه الخاصية لترتقي إلى مستوى قنوات تلفزيونية تحتكم إلى أسس مهنية.

يقود تعريف التحديات المهنية إلى بيان مفهوم المعايير المهنية في الإعلام ويقصد بها بحسب البدر مجموعة من المعايير التي يعدها الكثير من الإعلاميين والباحثين المعايير المهنية الأهم في العمل الإعلامي، وتشمل مصداقية المصادر الإخبارية والمعلوماتية، وشمولية التغطيات الإخبارية، موضوعية التغطيات الإخبارية، وتوازن التغطيات

الإخبارية، والتنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر، والدقة، والتفاعلية، والنزاهة.

وتعني إجرائيًّا: مجموعة القواعد السلوكية والأخلاقية التي تضمن جودة العمل الإعلامي وتوازنه ومصداقيته وشموليته. والتحديات المهنية تعني المعوقات التي تخل بالعمل بهذه القواعد أو بعضها.

وتستخدم هذه الدراسة المنهج النوعي القائم على الاستنتاج والاستقراء، وذلك من خلال مراجعة الأدبيات السابقة ذات الصلة، والمقابلة، والاستناد إلى الملاحظة الشخصية للباحث.

1 - موقع فيسبوك

تأسس موقع فيسبوك في فبراير 2004 م على يد مارك زاكربيرج لغرض التواصل بين طلبة جامعة هارفاد، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أميركا وبريطانيا وكندا، ثم تحوّل من مجرد منصة لعرض الصّور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية.

ومن أهم مميزات فيسبوك وجود خدمات تطبيقية للجمهور المستخدم مثل:

- الملف الشخصي profile
- إضافة صديق Ad friend
- إنشاء مجموعة groups
- لوحة الحائط Wall
- النكزة (Pokes)
- الصور photos
- الحالة Status
- التغذية الإخبارية News feed
- الهدايا (Gifts)
- السوق (Market Place)
- إنشاء صفحة خاصة على فيسبوك

- التعليقات (facebook notes)

ويضاف إلى ما سبق خاصية البث المباشر Facebook live التي استحدثها الموقع في الخامس من أغسطس 2015 بشكل محدود للمشاهير ثم أصبحت عامة ومتاحة للجميع في السادس من أبريل 2016.

ويؤكد مركز مساعدة الأعمال بفيسبوك أنّ هناك طريقتين لبدء البث المباشر على فيسبوك وهما: استخدام هاتف مثبت عليه تطبيق فيسبوك أو توصيل كاميرا ببرنامج بث إلى فيسبوك.

ويتمّ استخدام الهاتف للبث المباشر على فيسبوك عندما يكون القائم بالاتصال في الخارج أو لا يستطيع الوصول إلى معدات إضافية مثل جهاز كمبيوتر، وكاميرا، وميكروفون وما إلى ذلك، أو لا يحتاج إلى إضافة رسوم على الشاشة أو التبديل بين الكاميرات، بينما يتم استخدام كاميرا منفصلة وبرنامج بث لبدء البث المباشر عند إمكانية الوصول إلى معدات إضافية مثل جهاز كومبيوتر وكاميرا وميكرفون وما إلى ذلك، وعند الرغبة في زيادة جودة الفيديو والصوت، وتضمين رسوم أو ميزات متقدمة أخرى، وقد تكون هناك حاجة إلى برامج إضافية في هذه الحالة لضمان إخراج عالي الدقة والكفاءة.

ويؤكد فيسبوك أنّ مدة البث المباشر عبره باستخدام الكومبيوتر تبلغ ثماني ساعات متواصلة وعبر الجوال أربع ساعات . ومن أجل بث عالي الدقة والاحترافية يتم اللجوء إلى الكومبيوتر باستخدام برامج تشفير تدعم البث مثل wirecast وOBS.

وتمكّن خدمة البث المباشر بفيسبوك مستخدميها من البث بنوعيه المباشر والتسجيلي، الأول بواسطة الضغط على زر مباشر ثم الظهور فور تحديد نوعية الجمهور المستهدف، والثاني عبر زر منشئ المحتوى creator studio ثم تحميل Upload ثم جدولة العرض Schedule a premiere.

2 ـ **مستخدمو البث المباشر عبر فيسبوك**

تتعدّد أغراض استخدام خدمة البث المباشر ما بين إعلامية وتعليمية وسياسية وتوجيهية، ولاحظ الباحث من خلال متابعاته أن غالبيّة الفئات المهتمة باستخدام خدمة البث المباشر بفيسبوك، كالآتي:

- السياسيون: وتحديدًا المعارضون والمنشقون ممن لا يمكنهم تمرير رسائلهم عبر

وسائل الإعلام الرسمية في دولهم، كما تستخدمه الحكومات والأحزاب السياسية في ترويج برامجها. وأشارت إحدى الدراسات إلى أنّ 91.8% من الحزبيين الأردنيين يستخدمون فيسبوك ليكون أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا من قبلهم.

وتعدّ خدمة البث المباشر عبر فيسبوك ونحوه من شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعّالة لنقل وقائع الحملات الانتخابات، على غرار ما حدث في الانتخابات المحلية والتشريعية في المغرب في أغسطس 2021 حيث «كانت تقنيات البث المباشر حاضرة وبقوة سواء على موقع فيسبوك أو انستجرام وأيضًا يوتيوب»

- العلماء ورجال الدين: وهم كغيرهم من الفئات المهتمة بالاتصال الجماهيري يستفيدون من الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي وبخاصة فيسبوك في تمرير الرسائل التوجيهية. وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية، ومن أبرزها فيسبوك بالعالمية والفورية والتحديث المستمر مع كسر حاجز الوقت والزّمان والسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الوقت والجهد.
- القنوات التلفزيونية التقليدية: نظرًا إلى ازدياد المطرد في إعداد جمهور شبكات التواصل الاجتماعي، فأن كثيرًا من القنوات الفضائية تستفيد منها، وعلى سبيل المثال تبث تلك القنوات التلفزيونية التقليدية العديد من برامجها المباشرة عبر صفحاتها على منصة فيسبوك بالتزامن.

وتلجأ القنوات التلفزيونية إلى شبكة فيسبوك لأسباب منها الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستخدم، وكذلك سهولة قياس تفاعل الجمهور بشكل آني وفوري ومباشر.

- الجهات التعليمية والثقافية: وذلك من خلال بث المحاضرات والمناسبات الثقافية المختلفة، كما أنّ خدمة البث المباشر عبر فيسبوك وسيلة مناسبة للتدريس لما تتيحه من تفاعل آني بين طرفي العملية التعليمية وانتشار واسع لا يعترف بالحدود الجغرافية.
- مشاهير البث المباشر عبر فيسبوك من الهواة والأشخاص العاديين: وهؤلاء إمّا أن يكونوا مدفوعين من جهات معينة ذات مآرب ما، أو أن يكون دافعهم كسب المال من خلال حصد المتابعات الجماهيرية والإعجابات والتأييدات أو تمضية الوقت وتحقيق الشهرة أو كل ما سبق.

- الإعلاميون المستقلون: وهؤلاء إمّا أن يكونوا هواة للإعلام يمارسونه باجتهادات شخصية أو إعلاميين حقيقيين درسوا أو عملوا في الحقل الإعلامي التقليدي وتفرغوا أخيرًا للإعلام الجديد، فيبثون من خلاله برامج إخبارية أو حوارية، ونحوها.

وبشكل عام، فأن البث المباشر عبر فيسبوك يهمّ جميع المهتمين بالاتصال الجماهيري. وينصب تركيز الورقة العلمية الحالية على الاستخدام الإعلامي لخدمة البث المباشر بفيسبوك.

3 - الاستخدام الإعلامي للبث المباشر عبر فيسبوك

يعني الاستخدام الإعلامي للبث المباشر عبر فيسبوك بثًّا مباشرًا لبرامج تنتمي إلى مختلف الأشكال الإعلامية المرئية مثل الأخبار، والتقارير، والمقابلات، وغيرها... ممّا يطرح تساؤلات أبرزها: هل يكفي امتلاك حساب أو صفحة على موقع فيسبوك لتشغيل قناة افتراضية تبث برامجها عبر خدمة فيسبوك لايف؟ وما التحديات المهنية التي يمكن أن تواجه حراس البوابة الإلكترونية؟

إنّ خدمة البث المباشر بفيسبوك بسماتها الراهنة لا يمكن أن تحلّ بديلة لقناة تلفزيونية تقليدية محترفة تبث برامجها على مدار الساعة بسبب محدودية زمن البث عبر فيسبوك كما سبق ذكره، ولكنها تتيح إمكانية الوصول إلى جماهير واسعة في البيئة الافتراضية عبر الصورة، والصوت، لساعات معدودات بحريّة تامة ومن دون تدخل بشري؛ وعليه، فأنّ المضامين التي تبث من خلال هذه الخدمة المجانية قد تكون ضارة بالمجتمع مخالفة للأعراف المهنية في مجال الإعلام بسبب كون هذه الخدمة متاحة للمؤهلين وغير المؤهلين لممارسة الاتصال الجماهيري.

وفي هذا الصّدد تقول الإعلامية إيمان خوري أنّ «البثّ من الفيسبوك هو سيف ذو حدين، ومن المهم أن تكون هناك رقابة من مدير الصفحة لأي تعليق مسيء أو مناف للأخلاقيات العامة»، وتلك إشارة إلى مخاطر مهنية وأخلاقية قد يرتكبها القائم بالاتصال في هذه البيئة الحرة.

وثمة حاجة ماسة لأن يكتسب حراس البوابة في البيئة الإلكترونية، مهارات تقنية وخبرة بالوسائط المتعددة أو ما يعرف بالملتميديا، فضلًا عن ضرورة التمتع بالسّمات والمهارات المطلوبة من الإعلاميين في البيئة التقليدية من قدرة على جمع المادة الإعلامية، وتحريرها، وصياغتها، والقدرة على تقييم صلاحيتها الإعلامية، وفهم

طبيعة السياق الإعلامي، الذي يحيط بالوسيلة الإعلامية التي يعملون بها، أي أنّ المهام والواجبات تتضاعف وتتراكم على القائمين بالاتصال الجماهيري التفاعلي في البيئة الإلكترونية على الرّغم من قلة عددهم مقارنة بحراس البوابة في الإعلام التقليدي.

ويقول أستاذ الإعلام التلفزيوني بقسم الإعلام في جامعة الملك سعود الدكتور حمزة بيت المال أنه يُفترض ألا يمارس الاتصال بالعامة إلا شخص محترف ومؤهل لذلك، وغير ذلك هو إضرار بالمجتمع؛ لأنّ الأفراد لا يعرفون حيادًا ولا يلاحظون الموضوعية عند مخاطبة العامة، وقد يكونون مدفوعين من قبل فئة تسعى للإضرار بالمجتمع.

ويطالب بيت المال بضرورة التشديد في هذا الشأن والتنظيم من خلال اشتراط الحصول على رخصة ممارسة للاتصال الجماهيري الإلكتروني، والعمل على إصدار مواثيق شرف لضمان الحد الأدنى بالالتزام بمتطلبات مخاطبة العامة.

ويستدرك بيت المال قائلًا أنّ الجماهير بحكم التجربة أصبحت أكثر وعيًا، والغالبية أضحت تشكك في معظم ما يبث، ويشير إلى أنّ مصداقية المصدر، سواء كان فردًا أم مؤسسة، هي الفاصل في ممارسة الاتصال العام، والجماهير عاجلًا أم آجلا ستكتشف السمين من الغث.

ومن الجدير بالإشارة أنّ «حق الجماهير في الحصول على المعلومات يفرض ضرورة وجود صحفيين مؤهلين لممارسة المهنة، وكلّما زادت قدراتهم ومهاراتهم زادت قدرات المجتمع على التقدم؛ لذلك، فأنّ الصحافة مهنة لا تختلف عن الطّبّ وليس بمقدور كل إنسان أن يمارسها لأن الممارسة من دون تعليم وتأهيل ستلحق الأذى بالناس والمجتمع».

وانطلاقًا ممّا سبق، يمكن تناول أبرز التحديات المهنية التي تواجه البث المباشر عبر فيسبوك على النحو الآتي:

- تحديات تقنية: ومنها بحسب بيت المال صعوبة التحكم في مجريات البث المباشر عبر فيسبوك، وكذلك صعوبة التحكم فيما قد يصدر من الضيوف في برامج المقابلات من تصريحات وتعليقات سلبية خارجة عن حدود الآداب والذوق العام، بالإضافة إلى أنّ أي انقطاع مفاجئ للصوت أو الصورة في أثناء البث يحرج المقدم والضيوف على حد سواء.

- أهلية القائم بالاتصال: ولأن وسائل التواصل الاجتماعي متاحة للجميع من دون رقابة، فأنّه يمكن أن يتولى البث المباشر عبر فيسبوك ونحوه من لا يمتلك المؤهلات الكافية للاتصال بالجماهير أو من هو ليس أهلاً لذلك أصلاً.

وتوصّل الباحث إلى استنتاج مفاده أنّه يمكن لبعض المرضى النفسيين بث لقاءات رأي مباشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديدًا من فيسبوك من باب التسلية وتمضية الوقت أو الهروب من الاكتئاب، وذلك بعد تتبع ثلاث حالات (سيدة ستينية، وأخرى أربعينية، وسيد خمسيني) تواظب على البث المباشر عبر فيسبوك بمضامين خارجة عن حدود الآداب. كما استخدم خدمة البث المباشر متطرفون لبث أعمالهم الإجرامية على الهواء مباشرة؛ ففي يونيو 2016 وبعد نحو شهرين من إطلاق خدمة البث المباشر عبر فيسبوك استخدم الفرنسي العروسي عبالة تطبيق «فيس بوك لايف» لبث جريمة قتله شرطيًا فرنسيًا ورفيقته قبل أن يتم حذف المقطع لاحقًا من قبل إدارة فيسبوك.

وفي 15 مارس 2019م بث منفذ الهجوم على مسجدين بنيوزيلندا مقطع فيديو مدته 17 دقيقة باستخدام خاصية البث المباشر على فيسبوك، يظهر الأسلحة التي استخدمت وعملية إطلاق النار، وإعادة التلقيم، وإطلاق النّار مجددا على المصابين للتأكد من مقتلهم، وهي المجزرة التي راح ضحيتها نحو 49 شخصًا حضروا صلاة الجمعة في المسجدين المذكورين. وهذه الممارسات وغيرها تضع خدمة البث المباشر عبر فيسبوك وأهلية القائم بالاتصال ومصداقيته على المحك.

- معظم البرامج التي يبثها هواة البث المباشر تتّسم بالعفوية، والارتجاليّة، وتفتقر إلى التخطيط، والتنظيم، واتباع الطرق الصحيحة لتحقيق الإقناع، وذلك يعود إلى عوامل منها تدني المستوى المعرفي للقائم بالاتصال، وضعف الإلمام بمتطلبات الاتصال الجماهيري.

- عدم انتظام مواعيد البث: على الرغم من تشعب مهام الاتصال في البيئة الرقمية فأنّها تتميز بقلة حراس البوابة لدرجة أنّ شخصًا واحدًا يتولى كل شيء في عملية البثّ من تقديم، وتحكم تقني، وإخراج؛ ممّا يعني أنّ البرنامج أو الحلقة تتأجل أو تتوقف لأي ظرف يواجه القائم بالاتّصال.

- انعدام التوازن والشمولية في التحليل والتغطيات: وذلك لأن طرح بعض القائمين بالاتصال كهواة البث المباشر يكون في الغالب شعبويًا يتبنى وجهة نظر واحدة

يحشد لها التأييد.

- عدم الالتزام بحدود الموضوع والشخصنة في تناول الأحداث والقضايا.
- الاجتهادات الشخصية في صياغة الرسالة وتقديمها، وعدم الاستناد إلى مواثيق شرف أو على الأقل أدلة أسلوبية تضبط الخط التحريري للبث المباشر عبر فيسبوك.

4 - الخاتمة والمقترحات

استنادًا إلى ما سبق، يُستنتج أنّ أبرز حالات الاستخدام الإعلامي لخدمة البث المباشر عبر فيسبوك ما يلي:

- بث القنوات التلفزيونية التقليدية بعض برامجها المباشرة باستخدام خدمة البث المباشر عبر فيسبوك، وفي هذه الحالة تكون خدمة البث المباشر نسخة طبق الأصل تتزامن مع ما يبث على شاشة القناة التقليدية.
- بث بعض الإعلاميين ممّن درسوا الإعلام أو عملوا في المجال الإعلامي التقليدي برامج إعلامية باستخدام خدمة البث المباشر عبر فيسبوك، ولاحظ الباحث أنّ البرامج التي يقدمها بعض الإعلاميين المحترفين من خلال خاصية البث المباشر عبر فيسبوك تتميز بالتخطيط والتنظيم والمهنية، ولو نسبيًا في الطرح والتعامل مع الضيوف، بسبب استناد هؤلاء المقدمين إلى خبرات وخلفيات معرفية إعلامية.
- استخدام هواة التقديم التلفزيوني خدمة البث المباشر عبر فيسبوك لأغراض إعلامية، وهنا يصعب تحديد معايير مهنية للممارسة الصحفية للهواة؛ وهذا لعدم إجماع المهتمين على أنّ صحافة المواطن هي ممارسة مهنية يجب أن تؤطر أخلاقيًا بحجة أنّها أسلوب صحفي لا يحترم الحياد والموضوعية.

وبسبب قلة عدد حراس البوابة في البيئة الإلكترونية تتعدد مهام وواجبات القائمين بالبث المباشر عبر فيسبوك؛ إذ أنّ عملية البث والتقديم يقوم بها غالبًا شخص واحد؛ وعليه، فأنّ الورقة البحثية الحالية تقترح ما يلي:

- تطبيق المعايير المهنية في الإعلام التلفزيوني التقليدي في بيئة البث المباشر عبر فيسبوك، مع الأخذ في الاعتبار مستجدات البيئة الاتصالية الافتراضية، بحيث أنه لا يمكن للقائم بالاتصال الإلكتروني أن يبث ما لا يرتضي بثه في القناة التلفزيونية التقليدية.

- رفع مستوى التأهيل المعرفي والحرفي للقائمين بالاتصال في بيئة البث المباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومن أبرزها فيسبوك، من خلال تنظيم الجهات المعنية بالإعلام والإعلاميين دورات تدريبية تستهدف القائمين بالاتصال في بيئة البث المباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتزودهم بأسس ومهارات الصياغة، والتحرير، والتقديم إلى جانب المهارات التقنية التي يتطلبها البث المباشر عبر فيسبوك ونحوه.
- العمل على وضع مواثيق شرف لضمان الالتزام بالمعايير المهنية الإعلامية عند الاستخدام الإعلامي للبث المباشر عبر فيسبوك ونحوه.
- تكريس العمل المؤسسي والجماعي للتصدي لأعباء البث المباشر عبر فيسبوك لضمان استمرارية أي برنامج إعلامي يُبث من خلاله.
- استخدام خاصية جدولة العرض في حال الاستخدام الفردي للبث المباشر عبر فيسبوك لتفادي المخاطر التقنية وتشعب مهام حارس البوابة الواحد.
- تضمين المناهج الدراسية بكليات وأقسام الإعلام في الوطن العربي محاور أو مقررات عن البث المباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومن أبرزها فيسبوك.
- إجراء دراسات كميّة لمعرفة التحديات المهنية أمام القائمين بالاتصال في بيئة البث المباشر عبر فيسبوك ونحوه.

المراجع:

1. - أحمد إبراهيم عطية، دور صحافة الفيديو في التأثير على اتجاهات الشباب نحو أزمة كورونا، ورقة علمية مقدمة إلى مؤتمر كلية الإعلام بجامعة القاهرة، المقام خلال الفترة(12-11 يوليو 2021).
2. _ كرايس الجيلالى، مهلول جمال الدين & ربيع زمام. (أغسطس 2019). دور مواقع التواصل الاجتماعي في حراك 22 فبراير : الفيسبوك من التنظير والتأطير إلى المرافقة والاستشراف، بحث منشور بمجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي، ع8، ص16.
3. _ الجزيرة نت. (27/10/2019). رغم عدم ثقتهم فيها... وسائل التواصل مصدر الأخبار الأساسي لنحو نصف الأميركيين، تقرير متاح على: Hrsw0/us.cutt//:https، تاريخ المشاهدة: 29/10/2021.
4. - صحيفة الشرق الأوسط.(16 فبراير2015). دراسة أميركية: وسائل الإعلام الإلكترونية غير

دقيقة وتسهم في نشر شائعات، تقرير متاح على: https://2u.pw/uJAll، تاريخ المشاهدة: 29/10/2021.

5. - كرايس الجيلالي، مهلول جمال الدين & ربيع زمام، مرجع سابق، ص 13.
6. - إسماعيل عبد الرزاق رمضان الشرنوبي.(مايو 2021). تعرض مستخدمي الفيسبوك للصفحات الإسرائيلية وتأثيرها على هوياتهم الثقافية: دراسة ميدانية، بحث منشور بالمجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، عدد مايو 2021، ص 100.
7. _ Statista, Number of monthly active Facebook users worldwide as of 2nd quarter 2021, available at: https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/,viewedon:29/10/2021.
8. - قيس سعود البدر، مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الأنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، 2012، ص8.
9. خالد غسان يوسف المقدادي. (2011). ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ص43.
10. - سلطانة جدعان نايف الخربشة، أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2016، ص22.
11. - مركز مساعدة الأعمال بفيسبوك، أفضل ممارسات البث المباشر لجلسات البث الرئيسية، متاح على :
12. https//:www.facebook.com/business/help،626637251511853/
13. تاريخ المشاهدة: 29/10/2021.
14. _ Facebook help center, Is there a time limit for live streaming on Facebook? Available at: https://www.facebook.com/help/409713772701330, viewed on: 29/10/2021.
15. - أحمد علي محمد الشياب.(2017). استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لمنتسبي الأحزاب الأردنية خلال الفعاليات الاحتجاجية في الأردن والإشباعات المتحققة منها (2011-2013)، ط1، عمان: زمزم ناشرون وموزعون، ص 161.
16. - حمزة المعطي، ضوء أخضر للدعاية الانتخابية بالمغرب.. كورونا بالمرصاد، تقرير إخباري متاح على:

17 - https//:al-ain.com/article/elections-morocco-2012-corona

51. تاريخ المشاهدة: 29 /10/2021.

18 - عبد السلام الأشهب، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي «الفيسبوك نموذجا» وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2016-2017، ص 40.

19 - فاطمة الزهراء عماري، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي: حالة «الفيس بوك، دراسة لعينة من صفحات الفيسبوك لقناتي بي بي سي وفرانس24 خلال عام 2012. ملف بي دي أف متاح على موقع ريسيرج غايت:

20 - https//:www.researchgate.net/publication_324830186/astkhdam_alqnwat_altlfzywnyt_alakhbaryt_ltfalyt_shbkat_altwasl_alajtmay_halt_alfys_bwk_drast_lynt_mn_sfhat_alfys_bwk_lqnaty_by_by_sy_wfrans_24_khlal_am_2012، تاريخ المشاهدة: 19/10/2021.

21 - إيمان حداد خوري.(2019). هل تريد أن تصبح مقدمًا تلفزيونيًا ؟ كواليس وأسرار البث المباشر، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، رام الله،، ص 47.

22 - السيد بخيت. (2012). الأنترنت كوسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، ط2، العين: دار الكتاب الجامعي، ص 160.

23- حمزة بيت المال، مقابلة إلكترونية بتاريخ 10 /10/2021.

24- عبد الكريم الدبيسي. (2011). المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية : دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية، بحث منشور بالمجلة العراقية للمعلومات، المجلد 12، العددان: 2-1، ص 2.

25 - حمزة بيت المال، مقابلة إلكترونية، مرجع سابق.

26 - شيماء عزت. (14/06/2016). قاتل الشرطي الفرنسي ورفيقته بث تفاصيل الاعتداء عبر تطبيق «فيس بوك لايف»، تقرير إخباري متاح على:https://2u.pw/TPvi5 ، تاريخ المشاهدة: 29/10/2021.

27 - CNNالعربية (15/03/2019) من البث المباشر لإطلاق النار إلى «بيان المنفذ».. ما نعلمه عن هجوم المسجدين في نيوزلندا، تقرير إخباري متاح على:https://2u.pw/EIVBF ، تاريخ المشاهدة: 29/10/2021.

28 - بن عمار شهرزاد & العربي بوعمامة.(2016). الأداء الصحفي وأخلاقيات الصحافة في ظل تطبيقات الويب الجديدة، بحث منشور بالمجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، م: 3، ع: 1، ص 25.

متطلبات تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات العربية من منظور البحث العلمي

د. خليل محمد مطهر الخطيب

جامعة صنعاء/ جامعة الرازي - باليمن

د. رجاء محمد الهمداني

وزارة التربية والتعليم – باليمن

Abstract:

Business institutions and companies in the world have paid great attention to the concept of social responsibility, as it is of great importance to society, which came because of the great criticism directed at major institutions, as many businessmen sought to collect profits without taking into account the social, economic, environmental and problematic aspects that societies suffer from.

مقدّمة

اهتمت مؤسسات الأعمال والشركات في العالم بمفهوم المسؤولية الاجتماعية اهتمامًا كبيرًا، حيث تعتبر ذات أهمية بالغة بالنسبة إلى المجتمع، والتي جاءت بسبب النقد الكبير الذي وجه إلى المؤسسات الكبرى، فقد سعى الكثير من رجال الأعمال وراء جمع الأرباح من دون المراعاة للجوانب الاجتماعية، والاقتصادية، والبيئية والمشكلات التي تعاني منها المجتمعات.

لقد نمت المسؤولية الاجتماعية نتيجة لإخفاق الأعمال في الاستجابة لاحتياجات بيئتها الاجتماعية، ولمصالح الأطراف الأخرى فيها، فهي نتاج المشكلات الكثيرة، والأزمات العديدة التي ارتبطت بحرية الأعمال، ونظرتها الضيقة لمصلحتها الذاتية على حساب المجتمع الذي تعمل فيه، وأصبح من الصعب على المؤسسات الكبيرة التغاضي عن دورها التنموي، وإحساسها بالمسؤولية الاجتماعية داخل المجتمع (مريم،

ونصيرة،11،2012).

فالمسؤولية الاجتماعية تعدّ وليدة التنمية المستدامة، فهي التزام الأفراد والمؤسسات طواعية بالمسؤولية نحو المجتمع، فهي استثمار طويل الأجل يعود على المؤسسات بزيادة في الإنتاج والربح، والحدّ من الصراعات بين الإدارة والعاملين، ويزيد من انتماء العاملين لمؤسساتهم، ويحدّ من الصراعات بينها، ومحيطها الاجتماعي.(حضور، 2011، 17).

لذا، فالمؤسسات المسؤولة مجتمعيًا تبني ثقافة رشيدة بأفرادها وتدفعهم لتفعيل إحساسهم وترجمته لبرامج عمل تسهم في تنمية المجتمع من جهة، وتتيح لهم الفرصة من جهة أخرى لتأمل ناتج أفعالهم وسلوكهم بالذي سترثه للأجيال القادمة كي تحيا به.(عواد، 2010، 66). كما أنّ المؤسسات المسؤولة اجتماعيًا تحول تركيزها على البيئة الخارجية التي تتأثر بنشاطات المؤسسة وتؤثر فيها، حيث تعمل على مكافحة الفقر، والحد من البطالة وتفعيل دور ذوي الاحتياجات الخاصة في عملية التنمية ودمجهم في المجتمع والبيئة على وجه الخصوص (مؤتمر العمل العربي،2018، 186).

يتضح ممّا سبق، تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية، وتأثيرها على الأفراد وبيئة المجتمع، والتعرف إلى الظروف التي ترفع من مستواها، أو انخفاضها لدى المؤسسات، وبما أنّ البلدان العربية تسعى إلى تحقيق التطور والتقدم، على الرّغم من المعوقات التي فرضتها الحروب في بعض منها، والأزمات المختلفة التي تمر بها، لذا على المؤسسات أن تضع المسؤولية الاجتماعية في صلب استراتيجياتها للتمكن من المساهمة في التنمية المستدامة التي تحقق للبلدان العربية ما تحتاجه من القضاء على الفقر وتوفير الصحة للجميع، والعدالة المجتمعية، ومقابلة احتياجات المجتمع باستخدام الموارد الحالية، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات العربية ومتطلبات تنميتها من منظور الدراسات والبحوث التي أجريت بشأنها.

مشكلة الدراسة

أكّد الكثير من المفكرين والباحثين بدور المسؤولية الاجتماعية في استقرار الحياة للأفراد والمجتمعات، من خلال عملها في صيانة نظم المجتمع، وحفظ قوانينه وحدوده من الاعتداء، ويقوم كل فرد بواجبه ومسؤوليته نحو نفسه ومجتمعه، ويعمل ما عليه في سبيل نهوض المؤسسة التي يعمل بها، والمجتمع الذي تتواجد فيه، فالفرد بالنسبة إلى

المجتمع كالخلية بالنسبة إلى البدن، فكما أنّ البدن لا يكون سليمًا إلّا إذا سلمت جميع خلاياه، وقامت بأداء وظائفها المنوطة بها، فكذلك المجتمع لا يكون سليمًا إلا إذا سلم جميع أفراده وقاموا بأداء جميع مسؤولياتهم وواجباتهم (الزيناتي، 2014).

وعلى الرّغم من انتشار مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتزايد الاهتمام بها على المستوى الدولي، والرّغبة المتزايدة لتحقيقها، إلّا أنّ مستوى الاهتمام بها في الدول العربية ما زال يخطو خطوات بطيئة وغير محددة المعالم، بالإضافة إلى عدم وجود خطة استراتيجية منظمة وشاملة تحدد أولويات المسؤولية الاجتماعية، على الرغم من وجود أسباب عديدة تدعو المؤسسات إلى زيادة الاهتمام بالمسؤولية، وتعزيز دور المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسات.

وقد اهتمّ الباحثون العرب بموضوع المسؤولية الاجتماعية وأجريت حولها دراسات كثيرة، وتباينت نتائجها، ومنها على سبيل المثال لمعرفة دراسة (عطياني، 2015)، حيث أظهرت نتائجها وجود التزام بدرجة عالية بالمسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات والشركات، وأشارت دراسة نصر الدين، ومحمد(2013)، إلى وجود تفاوت بمستوى إدراك المسؤولية الاجتماعية، وكذلك أظهرت دراسة فلاق(2013)، بوجود تباين بين شركتي سوناطراك الجزائرية، وأرامكو السعودية في تقارير المسؤولية الاجتماعية، وتناولت دراسة الأسرج (2012) تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتوصلت إلى عدم وجود تعريف واحد متفق عليه للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وزيادة الاهتمام بهذا المفهوم، وتحويل الشركات إلى شركاء في التنمية المستدامة.

كذلك، تناولت دراسة وهيبة وبشير(2014) تطبيق مواصفة الآيزو26000 على الشركات وتأثيرها على تطبيق المسؤولية الاجتماعية، حيث توصلت إلى أنّ مواصفة الآيزو26000 تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية، والمواضيع والقضايا المرتبطة بها، وغيرها من الدراسات.

وحيث إنّ هناك تباينًا لواقع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات العربية، فقد حرص الباحثون على محاولة تشخيص هذا الواقع، واستخلاص أبرز ملامحها، واستعراض متطلبات تنمية المسؤولية الاجتماعية من منظور الدراسات العربية السابقة، والاستفادة منها في تحليل النتائج والتوصيات لتحقيق أهداف الدراسة الحالية.

وفي ضوء ما تقدّم، تمثلت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1 - ما الإطار النظري والمفاهيمي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟

2 - ما واقع المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات العربية بنوعيها الحكومية والخاصة؟

3 - ما متطلبات تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات العربية في الظروف الطبيعية وفي أثناء الأوبئة العالمية؟

أهدف الدراسة

تهدف الدراسة إلى معرفة ما يأتي:

- الإطار النظري المفاهيمي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- واقع المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات العربية بنوعيها الحكومية والخاصة.
- متطلبات تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات العربية في الظروف الطبيعية وفي أثناء الأوبئة العالمية.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أنّ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات أصبحت من أهم الواجبات الملقاة على عاتق المؤسسات الوطنية بالدول وهي التزام طوعي ومستمر في تطوير وتحسين المستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي والضمان الاجتماعي لأفراد المجتمع، بإطلاق وتبني المبادرات الداعمة لخدمة القطاعات كافة بحسب احتياجات تلك القطاعات وإمكانات المؤسسات. وكذلك من أهمية الدراسة:

- تزايد الاهتمام العالمي بتطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات مما يلزمها إدراك المفاهيم النظرية لها وكذلك الممارسات التطبيقية.
- تكمل هذه الدراسة غيرها من الدراسات التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية في تأصيل مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، ودورها في خدمة المجتمع.
- قد تسهم نتائج هذه الدراسة في تعزيز المبادئ والسلوك الأخلاقية للمؤسسات بما يعزز مبادئ العمل الصحيح والصادق الذي يقوم على الشفافية والنزاهة والعدالة والمساواة.

منهجية الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لمناسبته موضوع الدراسة الحالية، حيث إنّ أسلوب تحليل المحتوى يعدّ أسلوبًا بحثيًّا يتبعه الباحث في العديد من المجالات البحثية بهدف الوصف الكمي الدقيق والمنظم لمحتوى المادة المراد تحليلها لتلبية متطلبات الإجابة على تساؤلات الدراسات البحثية.

حدود الدراسة

اقتصرت الدراسة على موضوع المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات العربية، من خلال تحليل دراسات وأبحاث وكتب عربية متعلقة بموضوع مفهوم المسؤولية الاجتماعية وواقع تطبيقها على المؤسسات، وبلغ عدد الدراسات والأبحاث التي تم جمعها والاطلاع عليها(42) بحث ودراسة.

مصطلحات الدراسة

المسؤولية الاجتماعية:

تعرّف المسؤولية الاجتماعية بأنّها «التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه»(محمد، 2016، 419).

ويعرفها الأسرج(2012) بأنها «التصرف على نحو يتسم بالمسؤولية الاجتماعية والمساءلة ليس فقط أمام أصحاب حقوق الملكية، ولكن أمام أصحاب المصلحة الأخرى بمن فيهم الموظفين والعملاء والحكومة والشركاء والمجتمعات المحلية والأجيال القادمة».

ويعرّف المكتب الدولي للعمل المسؤولية بأنها» طريقة تنظر فيها المنظمات في تأثير عملياتها في المجتمع، وتؤكد مبادئها، وقيمها في أساليبها، وعملياتها الداخلية وفي تفاعلها مع قطاعات أخرى».(نصر الدين، ومحمد، 2012، 3).

المؤسسات:

تعرف المؤسسة بأنها «منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعًا ما، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية والمالية، والمادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة بحسب الأهداف في نطاق زماني ومكاني».(وسيلة، 2016).

إجراءات الدراسة

مجتمع الدراسة وعينته:

تكون مجتمع الدراسة من عدد الدراسات والأبحاث التي تم تقديمها بمجلات علمية، أو للجامعات كأبحاث تكميلية للحصول على درجات علمية (الماجستير أو الدكتوراه)، أو أوراق علمية قدمت لمؤتمرات علمية، أو كتب علمية منشورة، والتي تم الوصول إليها والاطلاع عليها، ومن ثم حصرها والبالغ (42) بحث ودراسة. ونظرًا إلى صغر حجم المجتمع فكل هذه الدراسات مثلت عينة للدراسة الحالية.

أداة الدراسة:

نظرًا لطبيعة موضوع الدراسة وأهدافها تم استخدام أسلوب تحليل المضمون، باعتباره وسيلة من وسائل جمع البيانات، وذلك لتحقيق أهداف الدراسة من خلاله، ولما يؤكده بعض المفكرين إلى أنّه ليس من المفروض في كل بحث مسحي أن يحصل الباحث على البيانات المطلوبة من مصادر ميدانية، فقد تم الحصول على البيانات المطلوبة من خلال مسح للدراسات التي تمثل مجتمع الدراسة، وتحليل النتائج التي توصّلت إليها، واستخراج الإجابات للتساؤلات الدراسة الحالية، وهي:

1 - **إجابة السؤال الأول، ونصه: ما الإطار النّظري والمفاهيمي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؟**

يمكن استعراض الإطار النّظري والفكري للمسؤولية الاجتماعية كما يأتي:

2 - **مفهوم المسؤولية الاجتماعية:**

بدأ الاهتمام التطبيقي للمسؤولية الاجتماعية مع بداية الألفية الثالثة بارتفاع الوعي البشري حول المخاطر البيئية، وتفاقم الأزمات الاقتصادية، وجنوح الشركات العملاقة لبناء صورة إيجابية ومسؤولة، وقد أدّى اعتماد أهداف التنمية المستدامة سنة 2015م إلى مزيد من تبني مبادئ المسؤولية الاجتماعية في إطار خطط واستراتيجيات التنمية على مستوى الدول والمؤسسات، والتزمت الدول الأعضاء بإعداد نماذج تنموية تراعي البعد الإنساني، والاحتياجات البشرية، ومتطلبات البيئة والإدارة الرشيدة.(مال الله، 2019، 10). ومفهوم المسؤولية الاجتماعية مرّ بتغيرات، وهو كغيره من المفاهيم الإنسانية ولا يزال الجدل قائمًا حوله، ولكنها تتفق في إلزام المؤسسات، والشركات تجاه

العاملين بها، والمجتمع الذي تقع فيه، وأن تمارس أنشطة اجتماعية في مجال تحسين مستوى الصحة، والتعليم، ومستوى حقوق الإنسان، محاربة الفقر، وتحسين مستوى المعيشة، وخلق فرص عمل، وتحسين الخدمة، ومكافحة التلوث، والمساهمة في حل مشكلة الإسكان والموصلات وغيرها.

فمن أبرز التعريفات التي وردت عن هذا المفهوم:

المسؤولية الاجتماعية

لغة: من سأل يسأل سؤالًا، وهو مسؤول، وللمسؤولية أطراف السائل والمسؤول وموضوع المسألة. (الدومة، 2011، 197).

واصطلاحًا: يعرّفها البنك الدولي بأنّها «التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم، وعائلاتهم، والمجتمع المحلي، والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الأفراد بأسلوب يخدم التجارة، ويخدم التنمية في آن واحد»(كمال، 2019، 20).

وتعرّفها الأمم المتحدة بأنّها السلوك الأخلاقي لشركة ما اتجاه المجتمع، وتشمل سلوك الإدارة المسؤول في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في «مؤسسة الأعمال، من مساهمي البيئة، المجتمع، الموردين، العملاء...»(دادن، ورشيد، 2019، 405).

وأمّا مجلس الأعمال فيعرّفها بأنّها «التزام مستمر من قبل الشركة لسلك سلوك أخلاقي، والمساهمة في التنمية الاقتصادية، وكذلك تحسين جودة حياة العاملين وأسرهم، وأيضًا تحسين جودة المجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام»(هللو،2013، 25). ويعرّفها دراكرDrucker بأنّها «التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه». (نصر الله، ومحمد،2012)، أمّا هرمز «Holmes» فيعرّفها بأنّها» التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر، وتحسين الخدمات الصحية، ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل، وحل مشكلة الإسكان والمواصلات» (الشهري،2010، 20).

1 - أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات:

تتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ثلاث نواحي، وهي:

بالنسبة إلى المؤسسة: تحسين صورة المؤسسة في المجتمع، وترسيخ المظهر الإيجابي خصوصًا لدى الزبائن والعاملين وأفراد المجتمع بصفة عامة؛ إذا ما اعتبرنا أنّ المسؤولية الاجتماعية مبادرات طوعية للمنظمة تجاه أطراف متعددة ذات مصلحة مباشرة أو غير مباشرة، ومن شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين المنظمة، والأطراف المختلفة ذات المصلحة.

بالنسبة إلى المجتمع: زيادة التكافل الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع مع توليد شعور عالي بالانتماء من قبل الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين، وقليلي التأهيل، والأقليات، والمرأة، والشباب. كذلك الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفير نوع من العدالة الاجتماعية، وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وشركات الأعمال، تحسين نوعية الحياة في المجتمع سواء من ناحية البنية التحتية أو الناحية الثقافية.

بالنسبة إلى الدولة: تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل إدامة مهماتها، وخدماتها الصحية، والتعليمية والثقافية، والاجتماعية، ويؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة، والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية، والمساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة، وغيرها (غزال،2017، 18).

2 - مبادئ المسؤولية الاجتماعية:

ترتكز المسؤولية الاجتماعية على مبادئ عديدة ،هي: الإصلاح البيئي، وإعادة الحماية، والقيم والأخلاقيات، والمساءلة والمحاسبة، وتقوية السلطات وتعزيزها، الأداء المالي والنتائج، ومواصفات موقع العمل، العلاقات التعاونية، والمنتجات ذات الجودة والخدمات، والارتياد المجتمعي. (محمد، 2016، 420)، ومن مرتكزات المسؤولية الاجتماعية، ما يأتي:

- حماية البيئة من الأخطار المحدقة بها وبخاصة فيما يتعلق منها بالتلوث.
- القيم والأخلاقيات واعتبارها صمام أمان للاستثمارين المادي والبشري، وما بينهما من علاقة مباشرة.

- المساءلة والمحاسبة، ويتم من خلال إظهار المعلومات والبيانات الدقيقة وفق ما يعرف بالشفافية حول الأنشطة التي نفذت، وتلك التي لم تنفذ بحسب خطة زمنية معينة.
- تقوية السلطات وتعزيزها، ويتحقق ذلك من خلال الشراكة المتوازنة ما بين القطاع العام والخاص وجمهور المستفيدين لتحقيق المصالح المتبادلة بما يضمن أمن المجتمع واستقراره.
- الأداء المالي والنتائج من خلال إيجاد أفضل مستويات الرفاهية الممكنة الناتجة عن رواتب وتقاعد وتوفيرات وامتيازات، وترقيات وفرص مبنية على التنافس الشريف.
- مواصفات موقع العمل وربطها بإدارة الموارد البشرية وتطوير الكادر المدرب بحسب الاحتياجات المهنية العصرية الحديثة؛ وكذلك، توفير البيئة المهنية السليمة التي يؤدي فيها الموظفون أعمالهم على أكمل وجه متضمنًا ذلك عناصر الهدوء والإضاءة والتهوئة والجو السيكولوجي المفتوح.
- العلاقات التعاونية المبنية على العدالة والأمانة مع شركاء العمل، والمهمات، والأنشطة، والفئة المستهدفة من ثمرة الجهود المبذولة أيضًا.
- المنتجات ذات الجودة، والخدمات عالية المستوى، بحيث تستجيب لاحتياجات المجتمع المختلفة مستثمرة بذلك عناصر الكفاءة كلّها التي يمكن توظيفها بما يخلق لديها خصائص قادرة على التنافس بإيجابية مع الجهات المنتجة المختلفة والموردة سواء الجانب المعنوي أو المادي(عواد، 2010، 11).

إجابة السؤال الثاني: وينصّ بـ ما واقع المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات العربية بنوعيها الحكومية والخاصة؟

تعدّ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في الدول المتقدمة أداة رئيسة للوصول إلى تحقيق مصالح الشركاء وأصحاب العمل، من خلال تحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي والبيئي لمجتمع الأعمال، وكذلك تقييم المؤسسات والشركات للقطاع الخاص لم يعد يعتمد على ربحيتها أو مراكزها المالية، بل على مدى ممارستها للمسؤولية الاجتماعية.

وتدلّ مؤشرات على وجود قيمة للمسؤولية الاجتماعية في بعض مؤسسات الدول العربية لدى القائمين والمحيطين بها ولكن بتفاوت، حيث يرجع هذا التفاوت إلى بعض

نقاط الضعف وهي غياب آليات، واستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسات، وعدم مشاركة وسائل الإعلام بالنشر للمساهمات التي تقوم في المسؤولية الاجتماعية، والذي يعطي انطباعًا داخل المجتمع بأنّ المؤسسات لا تقوم بدورها في هذا المجال، والاعتقادات الخاطئة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية على أنّها مبادرة تطوعية فقط لا أقل ولا أكثر أي العامل المادي والمالي هو الغالب على الشخصيات المتعلقة بالأعمال. (نصر الدين، ومحمد، 2012، 10).

لذا، ففي الأغلب مستوى ممارسة المؤسسات العربية للمسؤولية الاجتماعية لا يزال متدني لم يصل بعد إلى ما وصل إليه في الدول المتقدمة، فعلى الرّغم من الإكثار من النقاش عن دورها في التنمية وبخاصة بعد تفلّت دور الدولة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العقود الأخيرة من القرن الماضي، إلّا أنّ هذا الدور ما زال في طوره الأول من دون تطور فعال، ولم يصل إلى صبغه بالصفة النظامية من قبل جهات التشريع (الأسرج، 2012، 8).

وفي السياق نفسه، تؤكد دراسة السحيباني(2009) ضعف اهتمام الحكومة والمجتمع بقضايا البيئة، وبوجود غياب كبير لمبادرات القطاع الخاص حيال قضايا المجتمع؛ ولذا، فالأنشطة التي تمارسها المؤسسات في مسؤوليتها الاجتماعية محدودة وتتركز في مجالات محددة.

تتوفر بعض الجهود الفردية من أصحاب الشركات الكبرى، الذين أصبحوا على وعي بمسؤولياتهم الاجتماعية، ولكن معظم هذه الجهود غير مؤثرة أو محسوسة، فهناك شركات عربية عديدة بدأت في تبني المسؤولية الاجتماعية كالشركات المحلية الرائدة، والرعايا المقيمين متعدي الجنسية، والقليل من المشروعات الصغيرة المتوسطة ذات الرؤية المستقبلية، وإحدى خصائص هذه الحركة هي المشاركة العربية في الاتفاق العالمي، وفي شبكة دولية من الشركات والمنظمات غير الحكومية ومنظمات أخرى أنشأتها الأمم المتحدة (الاسرج، 2012، 9-8).

وهناك بدايات واضحة في بعض الدول العربية بالاهتمام بتعزيز برامج المسؤولية الاجتماعية في المجالات المختلفة لا سيما في الإنتاج والعمليات؛ وذلك، انطلاقا من الالتزام بالواجبات الاجتماعية، ونظرًا لأهمية الوعي بالدور الاجتماعي للمؤسسات التي تسيطر على مقومات حياة الإنسان كافة من غذاء، وكساء، ودواء، ومأوى؛ فقد فرض

هذا الأمر على المؤسسات الموازنة بين الجوانب الاقتصادية المتمثلة بتحقيق الأرباح والجوانب الاجتماعية تجاه البيئة التي تشكل الإطار الذي تعيش فيه المنظمات.(عطياني، 2016، 159)، حيث شهدت غالبية الدول العربية إقامة عدد من المؤتمرات والندوات التي تهتم بموضوع المسؤولية الاجتماعية، بمشاركة المؤسسات الحكومية والخاصة، حيث بدأت بوضع إطار تنظيمي للمسؤولية الاجتماعية لمساعدة ودعم مؤسسات القطاع الخاص التي أصبحت على وعي بمسؤوليتها الاجتماعية، وفيما يلي عدد من المشاريع والمشاركات، وهي:

جمهوريةُ مصر العربية:

تم تأسيس المركز المصري لمسؤولية المؤسسات، لكي يصبح دعامة وطنية رئيسة لوضع استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في إطار النماذج الفعالة والناجحة ومهمة المركز هي زيادة الوعي لدى رجال الأعمال بأهميّة مفهوم المسؤولية الاجتماعية والعمل على تحسين قدراتهم في ضوء الممارسات الجيدة والمسؤولة، والتي تؤدي إلى وضع استراتيجيات مستدامة للمسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسات والمؤثرة بشكل إيجابي على الاستثمارات على المدى الطويل.

المملكة الأردنيةُ الهاشميةُ:

أطلق مشروع بناء المنتدى الأردني لمسؤولية الشركات الاجتماعية، وذلك بهدف نشر ثقافة مواطنة المؤسسات والممارسات الأفضل للمسؤولية الاجتماعية، وتوفير بيئة وأدوات عمل محفزة للمبادرات الاجتماعية للشركات مثل: الشراكات، والتحالفات، والمشاريع المشتركة مع منظمات المجتمع المدني، ومؤسسات القطاع العام (المؤتمر العربي للعمل، 2018، 19). وظهر مستوى عالي بالتزام المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان، حيث لم يعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية بين الشركات الصناعية بالأردن خيارًا بل تتنافس فيما بينها لإظهار المواطنة الصالحة، والالتزام بالمعايير الأخلاقية وخدمة المجتمع الذي تعمل فيه، بالإضافة إلى وجود التشريعات والقوانين والأنظمة التي تفرض على المؤسسات عدم خرق الجوانب الأخلاقية، والالتزام بخدمة المجتمعات التي تعمل فيها(عطياني، 2015). إلا أنّ هناك تفاوتًا في مستويات تقديم الخدمات المصرفية في ضوء شفافية نظام المعلومات المعتمدة في درجة قيامها بأعمالها الاجتماعية فمنها ظهر عليها النمط الاقتصادي، ومنها النمط

الاجتماعي، ولا يزال هناك حاجة لمزيد من الوعي لدى إدارة المصارف والمنشآت الأخرى بأهمية المسؤولية الاجتماعية ودورها في تحقيق وازدهار اجتماعي، ونوع من الاستقرار وتوفير مناخ اقتصادي أفضل(الغالبي، والعامري،2006).

الجمهورية اليمنية:

لم تكن اليمن بمعزل عن الجهود العربية المبذولة في هذا المجال، فقد بذلت جهود أولية شكلت في حينها لبنة أساسية جيدة لتنمية المسؤولية الاجتماعية، وعقدت ثلاثة مؤتمرات، وعدد من اللقاءات الموسعة، وورش العمل؛ بمشاركة بعض الدول العربية في كلّ من صنعاء وعدن وتعز، برعاية رئاسة الوزراء، خلال الفترة (2008- 2021)، حيث ضمّت عددًا من المؤسسات من القطاعين العام والخاص، والمجتمع المدني؛ ونتج عنها جملة من التوصيات الرامية إلى تعزيز المسؤولية الاجتماعية في اليمن؛ وفي هذا السياق، فقد تمكنت وزارتي الصناعة والتجارة في اليمن من تنظيم عدد من الفعاليات والمؤتمرات بالتنسيق والتعاون مع القطاعين العام والخاص، وبعض المؤسسات والمراكز، وبالأخص مركز دراسات السوق والمستهلك في صنعاء، وجامعة الرازي، ومع السلطة المحلية في بعض المحافظات، ومع عدد من المؤسسات الحكومية والخاصة، كالجامعات وشركات الاتصالات، ونادي الأعمال يمكن استعراضها كالاتي:

- المؤتمر الاول بعنوان: «المسؤولية الاجتماعية للشركات»، والمنعقد في فندق موفنبيك – صنعاء، خلال الفترة 29- 30 اكتوبر 2008.
- المؤتمر الثاني بعنوان: «مواطنة الشركات والمسؤولية الاجتماعية، فندق موفنبيك – صنعاء، 24- 25 يونيو 2009.
- البرنامج التدريبي حول المسؤولية الاجتماعية، بعنوان: تأسيس – إدارة – قياس، في فندق ميركيور – عدن 4 مايو 2010
- المؤتمر الثالث بعنوان: «شركات ومؤسسات الأعمال.. والتنمية المستدامة، جامعة عدن 5- 6 مايو 2010.
- المؤتمر الرابع بعنوان: أفضل الممارسات التطبيقية الإقليمية في المسؤولية الاجتماعية، في صنعاء 8- 9 يونيو 2011.
- اللقاء الموسع، للمسؤولية الاجتماعية، في صنعاء 14 يوليو 2012.

- مؤتمر « مواطنة الشركات»، نظمه نادي رجال الأعمال اليمنيين، تعز، 7 يونيو 2014.
- نجح قطاع البحث العلمي في وزارة التعليم العالي في صنعاء، بالتنسيق مع الجهات الحكومية ومع القطاع الخاص، ومنظمات المجتمع المدني، في عقد فعالية اليوم العالمي للمسؤولية المجتمعية في 25 سبتمبر 2019، والتي نظمتها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالتنسيق مع جامعة الرازي وعدد من المؤسسات ومنظمات المجتمع المدني، وإعلانها مناسبة وطنية سنوية، وتقدمت الوزارة على إثرها برؤية لتفعيل المسؤولية الاجتماعية وإصدار الجائزة، تم تسليمها لوزارة الصناعة عام 2020م.
- إصدار قرار وزاري من وزارة الصناعة يقضي بتشكيل لجنة عليا لجائزة المسؤولية الاجتماعية وإشهار معاييرها عام 2021م.

بناءً على ما تقدم، فأن ممارسة المسؤولية الاجتماعية في اليمن تكاد تنحصر في أعمال خيرية غير تنموية مرتبطة بإطعام فقراء أو توفير ملابس أو خدمات لهم، من دون التطرق إلى مشاريع تنموية تحدث تغيير المستوى المعيشي للفقراء بشكل جذري ومستدام، ويحسب للقطاع الخاص في بلادنا تبني بعض المبادرات المسؤولة اجتماعيًا التي تم إنشاؤها مؤخرًا على سبيل المثال بنك الطعام، بنك الدواء، مخابز تقدم خدماتها مجانًا للمحتاجين في المجتمع. وتساعد هذه الأعمال الخيرية الشركات على أن تظلّ مسؤولة وتُظهر للموظفين والعملاء القيم الحقيقية لأعمالهم. ويجب على القطاع الخاص تبني المسؤولية الاجتماعية المتكاملة ضمن نهج مؤسسي يتسم يالديمومة.

المملكة المغربية:

ظهرت ممارسات جديدة في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات بحيث ضم الاتحاد العام للمؤسسات المغربية العديد من المؤسسات، بما في ذلك المشروعات المتوسطة والصغيرة التي اقتنعت أنّ المسؤولية الاجتماعية تتجاوز الاعتبارات الأخلاقية، بحيث توفر فرصًا للإبداع الإداري، وتحسين العلاقات التجارية مع المجتمع(المؤتمر العربي للعمل، 2018، 19).

الجمهورية الجزائرية:

هناك اختلاف وتفاوت بين شركة سوناطراك الجزائرية التي ظهر فيها ضعف التزام بالمسؤولية الاجتماعية، وغياب واضح آليات واستراتيجياتها داخل الشركة؛ وعدم وجود إدارة خاصة بالمسؤولية الاجتماعية، وذلك عكس ماهو متوفر بشركة أرامكو في السعودية، ويستثنى وجود اهتمام كاف لدى الشركتين في وجود سياسة رسمية لإدارة الموارد البشرية، والاهتمام بتطوير الكفاءات البشرية من خلال التدريب، وتوفير ظروف عمل مناسبة، وآليات تسمح بتوفير الحماية الاجتماعية ومنح الامتيازات للأفراد، ووجود هيئات تمثل العمال يتم من خلالها ربط قنوات الاتصال الفعال مع الإدارة(فلاق، 2013).

وبشكل عام، تتجه الشركات الجزائرية نحو المسؤولية الاجتماعية ولكن بخطى متثاقلة، ومستوى اهتمامها بنسب متفاوتة، فإداراتها تضع المسؤولية الاجتماعية خيارًا لا بد منه، وهو في صالحها، وهي ليست تكاليف مفروضة عليها لكي تستطيع المضي بهذا النهج، وفي شركة اتصالات الجزائر، تقوم بمسؤوليتها في الأبعاد الأربعة الاجتماعية (البعد الاقتصادي، البعد القانوني، البعد الأخلاقي، البعد الخير) في إطار ربط صلتها بكافة أطراف التعامل أو الصلة بالمالكين، العاملين، العملاء، المجتمع والبيئة، من خلال البيئة والأنشطة، وبعض المبادرات الطوعية، والتي سمحت بتعزيز علاقتها بهذه الأطراف، وتقويتها مما انعكس في تحسين صورتها في المحيط الذي تنشط فيه(الحسن، 2014).

العراق:

في مدينة الموصل اتّفق العاملون في بعض المستشفيات على أهمية أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وعلى ضرورة توفيرها وبالأخص الخدمات الصحية، لمنع تسرب العاملين، وأنه يجب الأخذ بها لأنها تحقق أهداف العاملين وتزيد من ولائهم واهتمامهم بالعمل. (حسين، والجميل، 2009). ويقدم مصرف الرافدين بمدينة النجف خدمات بطريقة تتوافق مع القيم الأخلاقية للمجتمع، وأن تحمل المصرف للمسؤولية الاجتماعية يسهم بتعزيز ولاء الزبون(الحدراوي والعطوي، 2014)..

فلسطين:

في شركة توزيع الكهرباء بغزة لم يصل إلى حد التميز في تطبيق المسؤولية الاجتماعية، حيث ظهر بدرجة متوسطة في أبعاد المسؤولية الاجتماعية كلها (الاقتصادي، والأخلاقي،

والقانوني، والإنساني) والوحدات الإدارية كلّها التابعة للشركة؛ وبالتالي، لا تتوافر ميزة تنافسية لكون علاقة طردية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وتحقيق الميزة التنافسية(أبو هربيد، 2017).

وهناك مشاركات لغالبية المؤسسات أو الشركات الفلسطينية، في التبرعات الخيرية، والإحسان الموسمي العشوائي، وهذه الأعمال جزء من المسؤولية الاجتماعية، ويعتقد البعض أنها ليست من المسؤولية باعتبارها لا ترتبط بالتنمية والسعي نحو الاستدامة؛ وفي واقع الشركات الفلسطينية أنّ لديها مبادرات عديدة في مجال المسؤولية الاجتماعية، وتستجيب لحاجات المجتمع بخاصّة حاجات الفقراء وبناء مستشفيات ومدارس، ولكن هذه المبادرات عشوائية، ولذا تظهر الأنشطة غير مكتملة وغير واضحة (سعادة، والخالدي، 2019، 55).

سلطنة عمان:

تقوم مؤسسات القطاع الخاص مع الشركات الحكومية بدور اجتماعي ملحوظ من خلال تقديم المساندة لأصحاب الدخول المحدودة ومساندة الباحثين عن العمل، كما تنامى الشعور لدى المؤسسات ورجال الأعمال بأنهم مدينون للمجتمع الذي هم جزء منه بالنجاحات والأرباح التي حققوها، ممّا يستدعي تقديم جزء من أرباحهم هذه لصالح خدمة المجتمع الذي احتضنهم وآمن بقدراتهم وكان سببًا في نجاحهم واستمراره (المؤتمر العربي للعمل، 2018، 19).

مملكة البحرينُ :

أطلقت الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية، وشكلت وزارة الصناعة والتجارة عبر إدارة المواصفات والمقاييس، لجنة فنية لدراسة مشروع المواصفات الدولية للمسؤولية الاجتماعية 26000ISO، وذلك تجاوبًا مع ما أعلنته المنظمة الدولية للتقييس «آيزو» وتتضمن المواصفة دليلاً إرشاديًا لمبادئ المسؤولية والشراكة الاجتماعية داخل المنشآت بمختلف أنواعها، بما في ذلك الحكومية، والأهلية، والصناعية، والتجارية من منطلق الشراكة الاجتماعية بين المؤسسة والمجتمع، والتطلعات لمد خطوط الاتصال بينها على مختلف الصُّعُد.

يتضح ممّا تقدم؛ تفاوت مفهوم المسؤوليّة الاجتماعية في البلدان العربية، وذلك يعود لمدى إدراك الأفراد داخل المؤسسات والبيئة المحيطة بها، فكلما زاد الإدراك بأهمية

المسؤولية الاجتماعية ارتفع مستوى تحقيقها بالواقع؛ وكذلك، حجم المؤسسات فالشركات الكبرى لها قدرة على تنفيذ مشاريع تنموية بالمجتمع، حيث تمتاز بشكل عام بحجمها الكبير وامتلاكها أنظمة عالية لقياس الخطر، مع التأكيد على قوة موقعها بالأمد الطويل قياسًا بالشركات التي تمتنع عن كشف هذه المعلومات.

وعلى الرغم من تلك البدايات في نشر ممارسة المسؤولية الاجتماعية في مؤسسات الدول العربية، إلّا أنّ هناك جدلاً بخصوص تبني المؤسسات لمزيد من الدور الاجتماعي من دون أن يتم التوصل إلى اتفاق نهائي حول عدد من الأسئلة الرئيسة، أهمّها:

- كيف يمكن توزيع موارد المؤسسة بشكل يساعد في حل المشاكل الاجتماعية؟
- ما المشاكل التي يجب على المؤسسة أن تعني بها بشكل خاص؟
- ما الأولويات التي يتوجب اعتبارها؟
- هل المسؤولية الاجتماعية تقتصر على نشاطات المؤسسة واستجابتها للقوانين أم أنّها تتعلق أيضًا بالنشاطات التطوعية التي تمتد إلى ماهو أبعد من المتطلبات القانونية؟
- ما الأهداف والمعايير التي يمكن اعتبارها كافية أو ملائمة؟
- ما المعايير والمقاييس التي يجب استخدامها لتقرير ما إذا كانت المؤسسة مسؤولة أو غير مسؤولة اجتماعيًا؟ (الحسن، ومحمد، 2014، 11).

إجابة السؤال الرّابع: وينصّ بـ ما متطلبات تنمية المسئولية الاجتماعية لدى المؤسسات العربية في الظروف الطبيعية خلال الأوبئة العالمية؟

هناك إجراءات عديدة يتمّ من خلالها تعزيز دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات العربية خصوصًا، والتي تعمل على تسهيل ممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية، ومن تلك الإجراءات التي تم اقتراحها:

- قيام الجهات المعنية بتوفير البنية التحتية اللازمة لأداء المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية، وعلى وجه الخصوص الأنظمة، وتوفير الدراسات والمعلومات على ضوء الاحتياجات الفعلية للمجتمع.
- ضرورة اهتمام وسائل الإعلام بالتوعية بنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية، ومبادئها الصحيحة، والمجالات المرتبطة بها، والعائد على كل من المنشآت المؤدية لها

وعلى المجتمع.

- قيام الدولة بتيسير الإجراءات المرتبطة بأداء الشركات للمسؤولية الاجتماعية، وتوفير محفزات نظامية للشركات على ضوء تميزها في المسؤولية الاجتماعية.
- سنّ التشريعات التي تكفل توفير عنصري الشفافية والإفصاح من قبل الشركات المنفذة في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- تنظيم ورشة عمل على مستوى تمثيل إقليمي عالي المستوى تضم صناع القرار في الجهات المعنية لتحديد معايير أداء المسؤولية الاجتماعية بالدول العربية.
- تعميم منح جوائز للتمييز في أداء المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في تحقيق وتوسعة نطاقات المسؤولية الاجتماعية.
- ضرورة وجود إدارات متخصصة للمسؤولية الاجتماعية داخل المؤسسات تتولى تخطيط وتنفيذ البرامج والتنسيق مع الجهات ذات العلاقة، على أن تتبع الإدارة العليا مباشرة وتبادل الخبرة والتجارب العملية فيما بينها والتعرف إلى نقاط القوة والضعف لتطبيق أفضل الأساليب في مجالات المسؤولية الاجتماعية.
- قيام الغرف التجارية الصناعية وغيرها من الجهات التنظيمية بتنظيم دورات لصقل الخبرات في مجالات المسؤولية الاجتماعية.
- أهمية وجود مؤتمر عربي للمسؤولية الاجتماعية يمكن تصور مؤشر المسؤولية الاجتماعية المشتركة للبلاد العربية على أنّه أداة قياس تتسم بالجدية والمسؤولية، فهو يتيح للمؤسسات أن تقيس مدى جهودها في تحمل المسؤولية الاجتماعية المشتركة بطريقة من شأنها تعزيز ملكية الشركات وإعطاء تقييمات وافية عليها وإجراء مقارنات فيما بينها(الأسرج،2012، 13).

ويقترح مال الله في مشاركته بالكتاب العربي للمسؤولية الاجتماعية (2019، 12) متطلبات عديدة في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات، وهي:

- القيام بحملات توعوية واسعة النطاق لترسيخ مفهوم المسؤولية المجتمعية وتطبيقها في المجتمع بشكل صحيح واع.
- العمل على إدماج مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وأبعادها الداخلية والخارجية ضمن استراتيجيات وخطط التنمية في المؤسسات.

- قيام الدول والحكومات بالارتقاء بدور فعال في مجال المسؤولية المجتمعية لتصبح المحفز الرئيس لشركاء التنمية من أجل اعتماد مبادئ المسؤولية الاجتماعية.
- العمل على توضيح أهمية دور المجتمعات المحلية بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأبعادها وتأثيرها على الفرد والمجتمع.
- تعميق مفهوم الشراكة الوطنية لما تمثله من أهمية في تطوير التنمية واستقرارها بمفهومها الشامل والمستدام.
- ترسيخ مفهوم الإدارة الرشيدة كمحفز أساسي يدعم جهود اعتماد مبادئ المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.
- الاهتمام بالتعليم والتدريب من أجل تعزيز الانتقال إلى الاقتصاد الأخضر المسؤول في سياق التنمية المستدامة.
- نشر ثقافة الريادة والابتكار والإبداع في مجال المسؤولية الاجتماعية.
- تعزيز الاستثمار في الموارد البشرية، وخلق فرص عمل وتوفير بيئة عمل صحية وآمنة جنبًا إلى جنب مع حل المشكلات الاجتماعية والبيئية وتعزيز التنمية المستدامة.
- التأكيد على أهمية استفادة المؤسسات العربية من أفضل الممارسات الدولية في مجال المسؤولية المجتمعية.

ويمكن أن تسهم المؤسسات وتفعّل دورها في المسؤولية الاجتماعية في العمل، بالآتي:

- تبني برامج متنوعة ومبتكرة للمسؤولية الاجتماعية.
- منح تعليمية وتوفير فرص العمل.
- نشر الوعي بين أفراد المجتمع.
- دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- تشجيع المؤسسات الحكومية يتضمن خططها تحقيق أهداف اجتماعية.
- تحسين أنظمة الحوكمة في الهيئات والإدارات الحكومية.
- جوائز تشجيعية للمساهمة في برامج المسؤولية الاجتماعية لرأس المال.
- تنظيم حملات ترويجية وتوعوية (الخوري، 2013) .

التوصيات:

1 - التوعية بنشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها، والعائد على كل من المنشئات المؤدية لها وعلى المجتمع، وذلك من خلال بث الوعي العام عبر المؤتمرات، والندوات، ووسائل الإعلام، وورش العمل بشأن المسائل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، بما في ذلك تشجيع القطاعات الحكومية المختلفة على المشاركة الفعالة.

2 - صياغة نشاطات المؤسسات ضمن مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتحويل تلك النشاطات والممارسات إلى منهاج عمل يمارس ضمن إطار خطط وبرامج تفصيلية.

3 - ربط العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية والقطاع الحكومي على وضع خطة استراتيجية من شأنها تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتحديد نمط أدائها.

4 - إدراج مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن أهداف المؤسسات وخططها الاستراتيجية مع جميع الأطراف ذات المصلحة ويتضمن ذلك ارتباطها بالسياسة العامة على مستوى المنظمة ككل.

5 - تاسيس إدارات ووحدات قانونية مهمّتها الالتزام المؤسسي بالمسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال تخصيص ميزانية خاصة مستقلة لتدعيم أنشطتها.

6 - تنظيم المؤتمرات، والندوات، ووسائل الإعلام، وورش العمل بشأن المسائل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية بما في ذلك تشجيع القطاعات الحكومية المختلفة على المشاركة الفعالة.

7 - تنويع الممارسات والنشاطات الاجتماعية التي تقوم بها الشركات، ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية والتي تحقق رضا وولاء أصحاب المصالح سواء أكان من داخل الشركة أم من خارجها.

8 - تنظيم ورشات عمل على مستوى تمثيل إقليمي عالي المستوى تضم صناع القرار في الجهات المعنية لتحديد معايير أداء المسؤولية الاجتماعية بالشركات العربية.

9 - بذل الجهود في تعزيز ربط مفهوم العمل الخيري بالتنمية المستدامة، وإضفاء الطابع المؤسسي على نشاطات المسؤولية الاجتماعية.

10 - تشجيع الاستثمارات الأجنبية على التقيد بالمعايير العالمية في مجالات البيئة، والصحة، والسلامة، ونقل المعرفة، وتبادل الخبرات مع الشركات.

المراجع:

1 - الأسرج، حسين عبد المطلب(2012). تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية، الملتقى العلمي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية يومي 14- 15 فبراير 2012م، جامعة بشار، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

2 - أبو هربيد، ياسر سعيد (2017). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية –دراسة حالة: شركة توزيع كهرباء محافظات غزة، جامعة الأقصى، فلسطين.

3 - الحدراوي، رافد حميد، والعطوي، مهند حميد (2014). دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز ولاء الزبون، دراسة تحليلية لآراء عينة من زبائن مصرف الرافدين فرع الغرى- النجف الأشرف، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية- المجلد 17، العدد4، 2015.

4 - الحسن، بو بكر محمد (2014). دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة دراسة حالة لمؤسسة نفطال وحدة بتنة، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

5 - خضور، رسلان 2011. المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة الثلثاء الاقتصادية الرابعة والعشرون حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سورية دمشق 25/1/2011-28/6/2011، جمعية العلوم الاقتصادية السورية.

6 - الخوري، محمد علي (2013). المسؤولية الاجتماعية دراسة تحليلية لمفهوم الواقع التطبيقي، الملتقى الإقليمي الأول للمسؤولية الاجتماعية مؤتمر المسؤولية الاجتماعية بين المساعدة والمساندة، هيئة الإمارات للهوية.

7 - دادن، عبد الغفور، ورشيد، حفصي (2019).المؤسسة بين تحقيق التنافسية ومحددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية.

8 - الدومة، نصر الدين أدريس (2011). الشعور بالمسؤولية لدى الطلاب المنتمين سياسيًا بالجامعات بولاية الخرطوم، مجلة دراسات تربوية، العدد1، نوفمبر 2011، جامعة أفريقيا العالمية.

9 - الزيناتي، أسامة محمد خليل (2014). دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحكومية الفلسطينية –مجمع الشفاء الطبي أنموذجًا، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى.

10 - السحيباني، صالح (2009). المسؤولية الاجتماعية ودورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول –القطاع الخاص في التنمية –تقييم واستشراف (25-23مارس 2009، بيروت – الجمهورية اللبنانية).

11 - سعاد، إيمان، والخالدي، رجاء (2019). واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات الفلسطينية وسبل توجيهها نحو دعم التنمية الاجتماعية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني(ماس).

12 - الشهري، علي بن عامر بن محمد (2010). المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع دراسة ميدانية مطبقة على مؤسسة الوقف في المجتمع السعودي، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

13 - عطياني، مراد سليم (2015). واقع تطبيق الشركات الصناعية للمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في إطار وظيفة الإنتاج والعمليات- دراسة ميدانية على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالي، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 15، العدد2، 2015م.

14 - عواد، يوسف ذياب (2010). دليل المسؤولية المجتمعية للجامعات، جامعة القدس المفتوحة، رام الله- فلسطين 2010.

15 - الغالبي، طاهر محسن منصور، والعامري، صالح مهدي محسن (2006) المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية،

16 - غزال، فضيل (2017). مساهمة تبني المسؤولية الاجتماعية في تفعيل استراتيجية العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، جامعة بوضياف- المسيلة، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

17 - فلاق، محمد (2013). المسؤولية الاجتماعية للشركات العربية شركتي» سوناطراك الجزائرية، أرامكو السعودية « أنموذجًا، مجلة الباحث العدد 12/2013م.

18 - كمال، إبراهيم (2019). المسؤولية المجتمعية: المفهوم والأبعاد، الكتاب العربي في المسؤولية الاجتماعية، من إصدارات الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت.

19 - مال الله، بدر عثمان (2019). المسؤولية المجتمعية ومتطلبات تحقيق الاستدامة، الكتاب العربي في المسؤولية المجتمعية، إصدار الشبكة الإقليمية للمسؤولية الاجتماعية، برعاية المعهد العربي للتخطيط، دولة الكويت.

20 - مؤتمر العمل العربي (2018). المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات القطاع الخاص، البند الثامن، الدورة الخامسة والأربعون القاهرة 8- 15إبريل /نيسان 2018، منظمة العمل العربية.

21 - محمد، مديحة فخري محمود (2016). تصور مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية للجامعات المصرية على ضوء مجتمع المعرفة، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد «الثمانون»

ديسمبر 2016.

22 - مريم بن جيمة، ونصيرة بن جيمة (2012).المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الإدارة، مشاركة في الملتقى الدولي الثالث بعنوان منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية 15-14 فبراير2012م.

23 - نصر الدين، بن مسعود، ومحمد، كنوش (2012). واقع أهمية وقيمة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية مع دراسة استطلاعية على إحدى المؤسسات الوطنية، الملتقى الدولي الثالث حول منظّمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية يومي 14- 16 فيفري 2012م، جامعة بشار.

24 - هللو، إسلام عصام خضر (2013). دور الجامعات الفلسطينية في خدمة المجتمع في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

25 - وسيلة، بن سعد (2016). تقييم المؤسسة ودوره في تحقيق ميزة تنافسية، رسالة ماجستير، جامعة جيلالى الياس بسيدي بالعباس، الجزائر.

26 - وهيبة، مقدام، و بشير، بكار (2014). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية من خلال تطبيق المواصفة الدولية آيزو26000 للمسؤولية الاجتماعية، مجلة اقتصاد وتسيير، العدد 9، كلية العلوم والاقتصاد والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران.

أبعاد المسؤوليّة الاجتماعية للحركة الجمعوية
في الجزائر خلال جائحة كورونا
«جمعية العلماء المسلمين الجزائريين أنموذجًا»

د. آمال توهامي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة - الجزائر

Abstract:

The current study aimed to reveal the dimensions of the social responsibility of the associative movement in Algeria during the Corona pandemic, where we took the Association of Algerian Muslim Scholars as one of the most important associations in Algeria as a model, and we relied on the descriptive survey methodology as a method for study, and the interview tool is a tool for it.

The study reached a main conclusion that the Society played an important role to contribute to confronting the pandemic, and extended its efforts to other countries, as it participated in awareness campaigns to limit the spread of the epidemic, worked to provide hospital institutions with the necessary medical supplies, and provided significant humanitarian assistance, for those affected by the pandemic, all of this is based on the teachings and values of the Islamic religion, thus confirming its commitment to exercising its social responsibility with its internal dimension towards Algerian society, and its external dimension towards other societies, and its various sub-dimensions (the economic dimension, the strategic dimension, the health dimension in both its awareness and financing aspects, the charitable dimension, the environmental dimension, the religious dimension and the value dimension).

مقدمة:

تعد المسؤولية الاجتماعية التزامًا أخلاقيًا وخيارًا طوعيًا للمنظمات على اختلاف طبيعتها تترجم من خلالها مجموعة من الممارسات والأفعال التي تهدف بالأساس إلى تحقيق رفاهية الأفراد وتعزيز سبل التنمية المستدامة للمجتمع. وتعدّ الحركة الجمعوية مؤسسات اتصاليّة تضطلع بأدوار هامة في إطار هذه المسؤولية، وهذا من منطلق ما تقوم به طوعًا من أعمال تخدم الصالح العام، حيث تلتزم بالدفاع عن الحقوق الأساسية للمواطنين، وتسعى إلى محاربة الفساد، وحماية المال العام، وتسهم في إيجاد حلول

لمشكلات المجتمع على اختلافها، ما يخوّلها لأن تكون شريكًا أساسيًّا للنهوض بالمشاريع التنموية.

وتتجلى المسؤولية الاجتماعية بشكل واضح خلال الحروب، والأزمات، والكوارث كونها تستدعي تضافر جهود كل وحدات المجتمع للتصدي لها كما هو الحال خلال جائحة كورونا، التي شكلت التحدي الأكثر صعوبة لكل دول العالم في التاريخ المعاصر، وبالإضافة إلى العدد المرعب لحالات الوفيات امتدت تداعياتها لتشمل نواحي الحياة كلّها سواء الاجتماعية، أو الثقافية، أو الاقتصادية، أو غيرها؛ الأمر الذي استدعى هبة من منظمات المجتمع كله بما فيها الجمعيات لمواجهة هذا التحدي.

وتأتي هذه الدراسة لتلقي الضوء على أبعاد المسؤولية الاجتماعية للحركة الجمعوية في الجزائر خلال جائحة كورونا، أين أخذنا «**جمعية العلماء المسلمين الجزائريين**» كواحدة من أهم الجمعيات في الجزائر أنموذجًا لهذه الدراسة الوصفية التي اعتمدنا فيها على منهج المسح الوصفي منهجًا للدراسة وأداة المقابلة أداة لها، مرتكزين في ذلك على نظرية البنائية الوظيفية.

وشملت الدراسة مجموعة من العناصر؛ فبعد التمهيد عرضنا إشكاليّة الدراسة وتساؤلاتها، ووضحنا أهميتها وأهدافها، وقدّمنا ملخصات عن مجموعة من الدّراسة السابقة، ثم حددنا مفهوميها الأساسين، ومنهجها، وأداتها، وعينتها، لنخصص الجزء الأخير من الدراسة لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، واستخلاص النتائج، لنختم الدراسة بجملة من التوصيات.

1- إشكاليّة الدراسة

شكلت جائحة كورونا أزمة صحية هي الأخطر في تقدير البعض منذ الحرب العالمية الثانية لما خلفته - ولا تزال - من أضرار جسيمة على الصّعُد كلّها، فمنذ ظهور أولى حالات الإصابة في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019، شكّل هذا الوباء تحديًّا كبيرًا لكل دول العالم حيث أحدث حالة من الشلل في القطاعات الحيوية كلّها في المجتمع بل في مسار الحياة الإنسانية ككل.

وعلى غرار باقي دول العالم، تأثرت الجزائر بهذه الأزمة وحرصت الجهات المسؤولة منذ ظهور أول إصابة بالفيروس في فيفري 2020 على التشديد بضرورة التحلي بالوعي واحترام القواعد والتعليمات الوقائية، واتخذت إجراءات احترازية للحد من انتشار الوباء قدر الإمكان من بينها تجميد التعليم في كل مستوياته، وتوقيف العديد من المشاريع الاقتصادية، وتقليص عدد العمالة في المؤسسات العمومية والخاصة، وغلق المحلات التجارية، والحدود بين الولايات وفرض الحجر المنزلي، الأمر الذي أدى إلى بطالة جماعية إجبارية، هذا فضلًا عن إعلان حالة الطوارئ في المستشفيات نظرًا إلى نقص الإمكانات البشرية والمادية اللازمة للتكفل بالمرضى.

وبالنظر إلى التهديد الكبير الذي شكّلته هذه الجائحة، والتخوف من صعوبة احتوائها، تمّ إشراك منظمات حكومية وغير حكومية للمساهمة في عملية مجابهة الوباء من بينها منظمات المجتمع المدني وعلى رأسها الحركة الجمعوية، حيث لاحظنا أنّها سجلت حضورها في الميدان منذ بداية هذه الجائحة التي كانت فرصة كبيرة لها لممارسة مسؤوليتها الاجتماعية من أجل إثبات وجودها كوحدة هامة من وحدات المجتمع الجزائري. ومن بين الجمعيات التي برز دورها خلال هذه الجائحة نجد جمعية العلماء المسلمين الجزائريين التي تعدّ أم الجمعيات في الجزائر نظرًا إلى عراقتها وفعاليّتها كواحدة من أنشط منظمات المجتمع المدني منذ ظهورها في ثلاثينات القرن الماضي خلال فترة الاستعمار الفرنسي.

وتأتي هذه الدراسة لتكشف عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للحركة الجمعوية في الجزائر خلال جائحة كورونا ممثلة بالجمعية سابقة الذكر؛ وعليه، نطرح التساؤل الرئيس الآتي:

ما أبعاد المسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا؟

ولقد تم تفكيك هذا التّساؤل الرئيس إلى التساؤلين الفرعيين الآتيين:

1 - ما الأدوار التي أدّتها جمعية العلماء المسلمين الجزائريين في إطار مسؤوليتها الاجتماعية خلال جائحة كورونا؟

2 - ما معوّقات المسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا؟

2- أهميّة الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية المسؤولية الاجتماعية للحركة الجمعوية والخلل الوظيفي الذي أحدثته جائحة كورونا في المجتمع. ففي الوقت الذي وقفت – ولا تزال - فيه الجزائر على غرار كل دول العالم المتقدمة منها والنامية عاجزة أمام هذا الجائحة التي تسببت في شلل كبير في مختلف القطاعات الحيوية في المجتمع، كان لا بد من تضافر الجهود لاحتواء هذا الخلل. وتشكل الحركة الجمعوية واحدة من أهم منظمات المجتمع المدني التي تم إشراكها في عملية مجابهة الجائحة وذلك في إطار مسؤوليتها الاجتماعية المنوطة بها، لذلك كان من الضروري إلقاء الضوء على هذا الموضوع للكشف عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للحركة الجمعوية -ممثلة بجمعية العلماء المسلمين الجزائريين- خلال هذه الجائحة.

3- أهداف الدراسة

تأتي هذه الدراسة لتلقي الضوء على المسؤولية الاجتماعية للحركة الجمعوية في الجزائر خلال جائحة كورونا، وتهدف من خلالها إلى تحقيق **الأهداف** الآتية**:**

- الكشف عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية للحركة الجمعوية في الجزائر ممثلة بجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا.
- الكشف عن الأدوار التي أدّتها الحركة الجمعوية في الجزائر خلال جائحة كورونا، وذلك في إطار مسؤوليتها الاجتماعية.
- الكشف عن مدى قدرة الحركة الجمعوية في الجزائر على المساهمة في احتواء الجائحة من خلال أدائها لمسؤوليتها الاجتماعية بأبعادها المختلفة.

• الكشف عن المعوقات التي واجهت الحركة الجمعوية في الجزائر خلال أدائها لمسؤولياتها الاجتماعية خلال جائحة كورونا.

4- الدراسات السابقة:

• **الدراسة الأولى:** وهي دراسة جزائرية للباحثين «بوالصوف مريم وقرناني ياسين» جاءت بعنوان «**دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة المسؤولية الاجتماعية لجمعيات حماية البيئة - دراسة تحليلية لصفحة جمعية Green Bike لولاية عنابة على الفيسبوك**».

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تمارسها جمعيات حماية البيئة ممثلة بجمعية Green Bike لولاية عنابة، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي، وعلى تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات. وتوصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمّها أنّ الجمعية توظف الفيسبوك للتعريف بأنشطتها ونشر الوعي بين المواطنين بضرورة المساهمة في حماية البيئة، ونظافة المحيط، وتنمية حس المشاركة، وروح المسؤولية، وتعزيز قيم المواطنة والتعاون، ونشر ثقافة المحافظة على البيئة، وتسويق صورة راقية عن الجمعية وأنشطتها. (بوالصوف مريم وقرناني ياسين، 2021)

• **الدراسة الثانية:** وهي دراسة قدمّت في الملتقى الوطني حول الثقافة الصحية، والوعي المجتمعي المنظم في جامعة الأغواط، وجاءت بعنوان: «**دور الاتصال الجمعوي في نشر الوعي الصحي لمجابهة وباء كورونا في الجزائر- جمعية بذرة خير- مكتب ولاية ميلة- أنموذجا**».

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور الاتصال الجمعوي في نشر الوعي الصحي حول جائحة كورونا في الجزائر. حيث أخذنا جمعية بذرة خير الناشطة في ولاية ميلة أنموذجًا لهذه الدراسة، التي اعتمدنا فيها على منهج المسح الوصفي منهجًا لها، وأداة المقابلة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى نتيجة رئيسة مفادها أنّ الجمعية أدّت دورًا مهمًّا في المساهمة في نشر الوعي الصحي، حيث سجلت حضورها في الميدان منذ بداية الجائحة من خلال أنشطة اتصاليّة قيّمة اعتمدت فيها على مصادر ذات مصداقية لجمع المعلومات، وعلى قائمين بالاتّصال ممّن لهم القدرة على إحداث التأثير، كما حرصت على التنويع في الوسائل الاتصاليّة للوصول إلى قدر أكبر من الجمهور من مختلف

شرائح المجتمع سواء في المدن أو الأرياف بما فيها مناطق الظلّ. (توهامي امال، 2020)

- **الدراسة الثالثة:** وهي دراسة جزائرية للباحثين «ليليا بن منصور وسليم بوقنة وبرهان الدين بوقنة» جاءت بعنوان «**المسؤولية البيئية والاجتماعية لمنظمات المجتمع المدني وأثرها على التنمية المستدامة ـمقاطعة عين التوتة للكشافة الإسلامية أنموذجًا**».

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى واقع نشاط منظمات المجتمع المدني ممثلة في منظمة الكشافة الإسلامية الجزائرية مقاطعة عين التوتة في ولاية باتنة من خلال التركيز على مؤشر المسؤولية الاجتماعية والبيئية وعلاقة ذلك ببناء التنمية المستدامة، وذلك عن طريق دراسة ميدانية على عينة من أفراد الكشافة بالاعتماد على المنهج الاستقرائي، وباستخدام استمارة الاستبيان، والملاحظة، والمقابلة.

وتوصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن المسؤولية الاجتماعية والبيئية لمنظمات المجتمع المدني ممثلة في الكشافة الإسلامية تتم ممارستها طوعًا وعن رغبة، ولأفراد الكشافة دور إيجابي في مجال حماية البيئة والمجال الاجتماعي، وهذا يؤثر إيجابًا في بناء التنمية المستدامة محليًّا(بن منصور ليليا وآخرون، 2019) .

5- المسؤولية الاجتماعية للحركة الجمعوية:

أ - تعريف المسؤولية الاجتماعية:

تتمظهر المسؤولية الاجتماعية وفق الكثير من المفاهيم، حيث نجد البعض يتحدث عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وهناك من يتحدث عن المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمنظمة، وهناك من يتحدث عن المسؤولية المجتمعية للمنظمات، كما أنّ هناك من يستعمل مفهوم مواطنة الشركات أو الأداء المجتمعي للمؤسسة (جبالة محمد ومقدم مختارية، 2019، الصفحة 11).

وتعرف المسؤولية الاجتماعية على أنّها تلك الاستجابات التي تعبر عن إدراك الفرد لمسؤوليته عن سلوكه والتزامه أمام ذاته وعن نفسه وعن الجماعة التي ينتمي إليها، وتتضمن معرفة الفرد لحقوقه وواجباته نحو نفسه، وأسرته، وزملائه، ووطنه. وهذا يتم من خلال الالتزام بتعاليم الدين والقيم، وفهم مشكلات المجتمع وأوضاعه، والحرص

على المشاركة الإيجابية وازدهارها (جبالة محمد ومقدم مختارية، 2019، الصفحات 11- 12) .

ويعرفها البنك الدولي على أنّها التزام أصحاب الشركات والمنظمات بالمساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع من أجل تحسين مستوى معيشة الأفراد والمجتمع الذي تعمل فيه بما يخدم المجتمع والتنمية في آن واحد (رضا فولي عثمان حسن ثابت، 2019، الصفحة 33) .

وبناء على ما سبق، نعرّف المسؤولية الاجتماعية إجرائيًّا على أنّها « التزام أخلاقي وخيار طوعي للمنظمات على اختلاف طبيعتها تترجم من خلالها مجموعة من الممارسات والأفعال التي تهدف بالأساس إلى تحقيق رفاهية الأفراد، وتعزيز سبل التنمية المستدامة للمجتمع.

ويتضح هذا الالتزام بشكل أكبر خلال الأزمات والحروب والكوارث كما هو الحال خلال أزمة جائحة كورونا التي استدعت من الجميع -أفرادًا ومنظمات- الالتزام بمسؤوليته لمواجهتها.

ب - تعريف الحركة الجمعوية:

مصطلح الحركة الجمعوية، هو مصطلح مستمد من مفهوم الجمعية نفسه. وتدل لفظة الحركة على الجهود والمساعي الحثيثة والديناميكية المتواصلة لأعضاء الجمعيات والمتطوعين من أجل تحسين أوضاع المجتمع بواسطة التعبئة الشاملة، والمشاركة الواسعة والاختيارية في برامجها وأنشطتها من دون انتظار تدخل الدولة مع ممارسة أشكال الضغط السلمي عليها لتوفير الإمكانات البشرية والمادية لحماية مصالحها ومصالح المجتمع ككل (غربي عزوز، 2019، الصفحة 259).

وتعرّفها الجمعيات على أنّها تشكيلات اجتماعية فاعلة ومنظمة تسعى إلى أسس تطوعية غير ربحية لتحقيق أهداف عامة لمجموعة تعتمد على أساليب الحكم الراشد ضمن أطر قانونية تضمن الشفافية وحرية التشغيل (شليغم غنية وتومي فضيلة، 2015، الصفحة 08) .

وتعرف المادة الثانية من القانون العضوي 15- 06 المؤرخ في 15 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات في الجزائر، الجمعية على أنّها «تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين

على أساس تعاقدي لمدة زمنية محددة أو غير محددة، يشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم و وسائلهم تطوعًا، ولغرض غير مربح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها لاسيما في المجال المهني، والاجتماعي، والعلمي، والديني، والتربوي، والثقافي، والرياضي، والبيئي، والخيري، والإنساني» (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2012، الصفحة 34).

ويرتبط مفهوم الجمعية بمجموعة من الخصائص يمكن تحديدها فيما يلي:

• الجمعية هي مؤسسة، وذلك لوجود خاصية التنظيم القائم على التعاقد، وتحمل رسالة أو مشروعًا، تستخدم تقنيات وأدوات، وهو ما يعني وجود خاصية الإدارة أو التسيير من خلال تحويل مدخلات (التبرعات، المهارات. والأنشطة) إلى مخرجات (تحقيق أهداف غير ربحية).

• وجود خاصية الطوعية وعدم الربحية في تحديد مفهوم الجمعية، وهذا يقودنا إلى الحديث عن نوع خاص من المؤسسات، المؤسسات غير الرّبحية، والتي تختلف عن المؤسسات الربحية كون الجمعيات ممولة من طرف المساهمين كما تحصل على تعويضات من خلال ميكانزمات السوق؛ في حين أنّ الجمعيات تحصل على التمويل من طرف السلطات العمومية أو من خلال الواهبين بالمال أو الوقت (المتطوعون في العمل).

• تهدف الجمعيات لخدمة الصالح العام، ممّا يجعلها تشترك مع المؤسسات العمومية في الوظيفة ذاتها، إلاّ أنّ استقلال الجمعية عن الدّولة وعن الأحزاب السياسية هو الحد الفاصل بين الجمعية والمؤسسة العمومي..

• الجمعية هي تعاقد، وتنظيم، وتوظيف مهارات؛ فهي إذا، بنية تواصلية يتفاعل مفرداتها فيما بينهم من خلال الاتصال الداخلي، ومع المجتمع بأنساقه الفردية المختلفة من خلال الاتصال الخارجي بجمهورها الداخلي والخارجي (بخوش فاطمة وعثماني كريمة، 2018، الصفحة 145).

وبناء على ما سبق، نعرّف الحركة الجمعوية إجرائيًّا على أنّها «هي الجهود والمساعي المتواصلة للجمعيات كمؤسسات اتصاليّة فاعلة ومنظّمة يؤسسها مجموعة من الأشخاص يسعون طوعًا لتحقيق أهداف غير ربحية تخدم الصالح العام في مجالات الحياة المختلفة (الاقتصادي، الثقافي، الصحي البيئي...) ومثال ذلك، الجهود التي بذلتها

الحركة الجمعوية في الجزائر عندما حملت على عاتقها مسؤولية المساهمة في مجابهة جائحة كورونا».

ج- دور الحركة الجمعوية تجاه المجتمع

يعتبر المجتمع المدني بيئة حاضنة لأفراد المجتمع، وإذا كان ظهوره قد واكب المجتمع السياسي في القرن السادس عشر، فأنه أصبح أكثر حضورًا وفاعلية في العصر الحالي بسبب تراجع دور الدولة في تجاه شعوبها بخاصة في الدول النامية؛ حيث أصبحت عاجزة عن تنمية مجتمعاتها، وإشباع حاجات مواطنيها، وكذا تخلف أداء القطاع الخاص على الصعيد الوطني في مجتمعات العالم الثالث بحيث اقتصر وعيه على مسؤولياته الاقتصادية من دون أن يتسع ليشمل مسؤوليته الاجتماعية، هذا فضلا عن التغيرات التي تصاحب سوق العمل ممّا أدى إلى زيادة مساحة التهميش الاجتماعي.

ومن هنا تبرز المسؤولية الاجتماعية للمجتمع المدني التي تؤسس سياساتها باتجاه الشعب لتطوير قدرات المهمشين والدفع بهم مرة أخرى نحو تحسين ظروف معيشتهم (غربي خالد واحمد محمد مسعي، 2019، الصفحات 222-221).

ويتميز المجتمع المدني بمجموعة من الخصائص كالاستقلاليّة، وعدم السعي إلى الوصول إلى السلطة، والتنظيم التلقائي، والعمل التطوعي، والتضامن، والعمل على التأثير على السياسة العامة من خلال تعبئة الجماهير وحملهم على المشاركة في تدبير الشأن العام، ومساعدة السلطات العمومية عن طريق العمل المباشر، والتمويل أو الخبرة على أداء أفضل للخدمات العامة، وتحسين المستوى الاجتماعي والصحي والتعليمي والبيئي للسكان.

كما تلتزم منظمات المجتمع المدني بالمشاركة في الأعمال ذات النفع العام، وبالدفاع عن قيم المجتمع، والمطالبة بحماية الحقوق الأساسية للمواطنين، ومحاربة الفساد وحماية المال العام، والسعي إلى توفير الخدمات الاجتماعية والصحية، والمشاركة في تشجيع التنمية (أوكيل محمد أمين، 2017، الصفحة 98).

وتعدّ الجمعيات أهم مكونات المجتمع المدني وأبرز معالمه، وتغطي نشاطاتها جميع الميادين الضرورية ذات النفع العام للمواطنين كالصحة، والتعليم، والسكن، والبيئة، وغيرها.. فضلًا عن قدرتها على التعبئة الجماهيرية، وتوعية الرأي العام وتوجيه اهتماماته حول القضايا الأساسية، كما تعكس أهم صور التضامن الاجتماعي، وهي

تجسيد فعلي عن التعبير عن قضايا المواطن الأساسية وانشغالاته لقربها منه واتصالها الدائم مع شرائحه المختلفة، واستطلاع انشغالاته والدفاع عنها أمام الإدارة والهيئات العامة (أوكيل محمد أمين، 2017، الصفحات 97، 99) .

وتؤكد الفقرة الثانية من المادة 43 من دستور 1996 في الجزائر على المسؤولية الاجتماعية للحركة الجمعوية، حيث جاء فيها: «تشجع الدولة ازدهار الحركة الجمعوية، ذلك أنّ:

- المجتمع المدني أصبح يمثل في هذا الوقت بالذات شريكًا اجتماعيًا لا غنى عنه في تنفيذ برامج وخطط التنمية الشاملة بجوانبها الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية.
- إنّ الدولة أصبحت عاجزة في ظل التحول إلى نظام اقتصاد السوق عن تلبية الحاجات الأساسية للمواطن. ولذلك، فأنّ تشجيع الحركة الجمعوية قد يخفف الضغط على الحكومة في هذا المجال.
- الحركة الجمعوية أصبحت تمثل أرقى صور التفاعل الاجتماعي بينها وبين الإدارة المحلية من خلال التعاون على تحسين التنمية البشرية المستدامة باعتبار أنّ الحركة الجمعوية تمثل رأس مال اجتماعي وشريكًا اجتماعيًّا وأساسيًّا وجب أن تتلقى المساعدة والمساندة من الدولة لتنتشر أكثر وتقوم بهذا الدور الحيوي في مجالات الحياة المختلفة (الثقافية، البيئية، الصحة، التضامن الاجتماعي...) (قريد سمير،2010، الصفحة 154).

6- إجراءات الدراسة الميدانية:

أ - منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، لذلك، اتّخذت منهج المسح الوصفي منهجًا لها. واستنادا إلى هذا المنهج سنقوم بمسح إجابات مبحوثي عينة الدراسة، ووصفها، وجمع البيانات والحقائق المتعلقة بها ومعالجتها للكشف عن الأدوار التي أدّتها الحركة الجمعوية في الجزائر ممثلة في جمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا، وذلك في إطار مسؤوليتها الاجتماعية.

ب - مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في كل الجمعيات الناشطة عبر ولايات الوطن. ونظرًا إلى

ضيق الوقت المخصص لهذه الدراسة، وصعوبة الوصول إلى الجمعيات كلّها، فقد تم الاعتماد على العينة القصدية أين تم اختيار «جمعية العلماء المسلمين الجزائريين» عينة لهذه الدراسة، وذلك بالنظر إلى أهمية هذه الجمعية وعراقتها، التي تعد أم الجمعيات في الجزائر هذا فضلا عن نشاطها الدائم سواء خلال الجائحة أو ما قبلها.

ج - أداة الدراسة:

وفقا لطبيعة الدراسة وإشكاليّتها، تم الاعتماد على المقابلة بنوعها المقنن الإلكتروني أداة لهذه الدراسة بإجرائها مع السيد أمين مال جمعية العلماء المسلمين الجزائريين وعضو لجنة الإغاثة الوطنية السيد «نور الدين عز الدين رزيق»، أين أعلمناه بدراستنا، وأهدافها، ورغبتنا في الحصول على معلومات تتعلق بالأدوار الاتصاليّة التي أدّتها الجمعية خلال جائحة كورونا في إطار مسؤوليتها الاجتماعية.

كما تم تدعيم إجابة المبحوث بتحليل مقابلة تلفزيونية لرئيس لجنة الإغاثة الوطنية لجمعية العلماء المسلمين الدكتور «عمار طالبي» والتي تدور حول موضوع دراستنا، حيث جاءت بعنوان «جهود الإغاثة لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين في مواجهة جائحة كورونا» التي بثتها قناة الوسط من خلال برنامج مانشات والمسجلة على موقع اليوتيوب.

7- أبعاد المسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا:

أ - تعريف جمعية العلماء المسلمين الجزائريين

هي حركة دعوية إسلامية، أسست سنة 1931 على يد الشيخ العلامة عبد الحميد بن باديس، وذلك بهدف نشر التعليم، والتربية، والإصلا، وتطهير الإسلام من البدع والخرافات، وإحياء الثقافة العربية ونشرها بعد أن عمل المستعمر على طمسها، والمحافظة على الشخصية الجزائرية بمقوماتها الحضارية والدينية والتاريخية، ومقاومة سياسة الاحتلال الرامية إلى القضاء عليها.

ولقد أطلق عليها مؤسسوها الأوائل تسمية **جمعية** (لتميزها عن الأحزاب والنقابات) **العلماء** (اعتقادًا من روادها الأوائل أنّ عملية الإصلاح والتغيير تبدأ من نخب المجتمع وقياداته الفكرية) **المسلمين** (لربطها بمخزونها العقائدي، وامتدادها العربي الإسلامي،

وفصلها عن مركزية الغرب الاستعماري. لذلك، اتخذت لنفسها شعار «الإسلام ديننا والعربية لغتنا والجزائر وطننا» (لأنها جزائرية المنشأ والحركة).

ويرأسها حاليًّا الدكتور عبد الرزاق قسوم. وتمتد فروعها لتشمل التراب الوطني كاملاً، وتعمل على تحقيق التنمية، وتحصين الاستقلال في المجالات والصُّعد كلّها (الموقع الرسمي لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين 30- 08- 2021).

ج - ترميز بيانات المقابلة وتصنيفها:

اعتمدنا في عملية التحليل الكيفي للبيانات المجمعة على طريقة التحليل الموضوعي، فبعد إجرائنا المقابلة مع أمين مال جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، وعضو لجنة الإغاثة السيد **نور الدين عز الدين رزيق (نور الدين عز الدين رزيق،** 04- 08- 2021، 18.00) وتسجيل مقابلة رئيس لجنة الإغاثة بالجمعية السيد **عمار طالبي** على قناة الوسط، وبالاعتماد على طريقة التحليل الموضوعي، قمنا بتنظيم البيانات المقدمة ثم تشفيرها. وذلك، بتوليد مجموعة من الرموز، لنقوم بعد ذلك بتجميع الرموز ذات الصلة بعضها مع بعض في فئات محددة تخدم أهداف الدراسة وتعكس تساؤليها الفرعيين.

وبعد تشفير البيانات الخام، تم استخراج مجموعة من الرموز التي تمّ تصنيفها في محورين تندرج ضمنهما فئتين أساسيتين تضمان مجموعة من الفئات الفرعية نوضحها كما يلي:

المحور الأول: أدوار جمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا في إطار مسؤوليتها الاجتماعية

- **الفئة الأولى: البعد الداخلي للمسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا:** وهو البعد الذي اتّضح من خلال الأدوار التي أدّتها الجمعية تجاه المجتمع الجزائري. ولقد ضمّ هذا البعد سبعة أبعاد فرعية نذكرها فيما يلي:

← الفئة الفرعية الأولى: البعد الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا

نقصد بالبعد الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية ضرورة وضع المنظمة لخطة عمل تحدد من خلالها برنامج أنشطتها الاتصالية والمهام التي ستقوم بها؛ وذلك، بتحديد

الأهداف والتكلفة وجهات التمويل والإمكانات المادية من وسائل وعتاد، والإمكانات البشرية وغيرها.. ولقد التزمت بهذا البعد حيث يقول أمين مالها أنه «منذ حلول هذه الجائحة ببلدنا وظهور بؤرة هذا الوباء بمدينة البليدة، اجتمع أعضاء الجمعية لدراسة الوضعية، وتم الاتصال بخلية الأزمة لوزارة الصحة على مستوى مستشفى فرانس فانون بمدينة البليدة لتحديد المتطلبات الأساسية، وتم وضع مخطط إغاثي لمجابهة الوباء».

كما تجدر الإشارة إلى سرعة الجمعية في التدخل لأداء مسؤوليتها الاجتماعية لمواجهة الجائحة حيث بدأت نشاطها الميداني أيامًا بعد ظهور أولى الإصابات في الجزائر (25 - 02 - 2019) حيث يقول « في 23- 03 -2019 اتجهنا إلى مستشفى فرانس فانون في البليدة حيث بؤرة الداء لمعرفة الحاجيات الضرورية، وتمّ تسيير قافلة بـ 30 سرير طبي بجميع تجهيزاته، أين خصص جناح خاص بمرضى الكوفيد 19».

← الفئة الفرعية الثانية: البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا

يقصد بالبعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية المساهمة في الإنتاج وتحقيق الربح الذي يمكن المنظمة من تغطية تكاليف نشاطاتها الإنتاجية. وعلى الرغم من أنّ الجمعيات هي منظمات طوعية لا تهدف إلى تحقيق الربح، إلّا أنّها ملزمة بالحصول على التمويل الذي يمكنها من أداء مهامها المجتمعية، حيث تحصل على المال من طرف السلطات العمومية أو الواهبين للمال من المتطوعين سواء كانوا مؤسسات أو أفراد. لذلك، فأن جمعية العلماء المسلمين الجزائريين منذ وضعها لاستراتجية عمل للمساهمة في مجابهة الجائحة عملت على الحصول على التمويل من خلال التبرعات، حيث يقول أمين مالها أنه «مع ظهور بؤرة الداء عملت الجمعية على وضع مخطط إغاثي... وعليه اتصلت لجنة الإغاثة بالمؤسسات والأفراد لتمويل هذه الحاجيات».

ويتضح أنّ المتبرعين كانوا من داخل وخارج الوطن حيث يقول «تم استقدام 1500حقيبة مساعدة على التنفس بالتعاون مع جمعية» جزائريون متضامنون» بفرنسا». ويذكر رئيس لجنة الإغاثة «اتصل بنا أبناء الجالية من أمريكا ودول أوروبية لتقديم المساعدة».

← الفئة الفرعية الثالثة: البعد الصحي للمسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا

يمكن تقسيم البعد الصحي للمسؤولية الاجتماعية إلى بعدين فرعيين، هما:

- **البعد التوعوي**: ويقصد به خلق وعي صحي من خلال اطلاع الناس على الوضع الصحي وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض، وترشيد أفراد إلى التحلي بالقيم الصحية السليمة والوقائية؛ الأمر الذي يقلل من أعداد المرضى، والمراجعين للمستشفيات، والمراكز الطبية ممّا يساعد على التخفيف من الضغط المتزايد على القطاع الصحي.
- **البعد التمويلي**: ويُقصد به تقديم المساعدات للمستشفيات، ومؤسسات الرعاية الصحية، ومراكز البحث العلمي في المجال الصحي سواء في شكل مبالغ مالية أو عتاد وأجهزة طبية ومخبرية.

ومن خلال إجابة المبحوث، يتضح لنا أنّ جمعية العلماء المسلمين الجزائريين عملت على تحقيق البعد الصحي في جانبه التوعوي حيث يقول أمين المال للجمعية «ما قامت به لجنة الإغاثة على المستوى الوطني عن طريق الشعب الولائية، له جانبان: التوعوي، والإعلامي الميداني بطبع منشورات تحسيسية وأخرى منشورة على مواقع التواصل الاجتماعي للشعب؛ وكذا، لقاءات صحفية تلفزيونية وإذاعية ومكتوبة...» وعلى هذا يمكن القول إنّ الجمعية اعتمدت على الوسائل الاتصالية المختلفة لتبليغ رسائلها التوعوية، كما اعتمدت على مثقفين من المجال الصحي حيث يقدم المبحوث مثال على شعبة الجمعية في ولاية باتنة التي قامت بإنشاء نادي الطب الذي يجمع 37 طبيب ينشط في هذا الإطار.

أما في الجانب التمويلي للبعد الصحي فلقد بذلت الجمعية مجهودات كبيرة لتقديم المساعدات لمختلف المستشفيات عبر التراب الوطني حيث يؤكد المبحوث «مع ظهور بؤرة هذا الداء... تم وضع مخطط إغاثي... وعليه، اتصلت اللجنة بالمؤسسات والأفراد لتمويل حاجيات مستشفى فرانس فانون بالبليدة نذكر منها: 30 سريرًا مجهزًا بآلات تنفس وأجهزة قياس الأكسجين في الجسم، وطاولات طبية، واللّباس الطبي الواقي و1200 وحدة أحذية مستعملة مؤقتة وكمامات وحوالي 2400 لتر من سائل التعقيم الخاص بالمستشفيات، كما تكفل محسن بتقديم 25 وجبة غذاء وعشاء للطاقم الطبي يوميًا. كما تم توزيع 50 آلة تعقيم وما يقارب 300.000 لتر من سائل التعقيم في بلدية الجزائر العاصمة.

وعمل فرع الجمعية في ولاية سطيف بالجهد نفسه، حيث تم تقديم معدات وأجهزة طبية، و كمامات، وقفازات، ونظارات طبية، وسائل التعقيم بكميات معتبرة إلى مستشفى سطيف المركزي. والأمر ذاته على مستوى شعب الجمعية في باقي الولايات مثل مستغانم، ومعسكر، وتلمسان وغليزان وغيرها.. كما تمّ استقدام 1500حقيبة مساعدة على التنفس بالتعاون مع جمعية» جزائريون متضامنون» بفرنسا، وزّعت على المستشفيات كلّها على المستوى الوطني كدفعة أولى سنة 2000، ثم سنة 2021 تم استقدام 5000 حقيبة مساعدة على التنفس، وزع منها كمرحلة أولى 3000 حقيبة ونحن الآن نعمل على توزيع 1500حقيبة».

وأكد رئيس لجنة الإغاثة بالجمعية هذا البعد عند حديثه عن المساعدات التي قدمتها الجمعية في هذا المجال حيث قال «في المرحلة الثانية انتقلت الجمعية إلى مستوى آخر وهو توزيع الجمعية لحقائب التنفس، وهي أجهزة جد متطورة تستعمل في الحالات الصعبة لضيق التّنفس، والتي تمّ الحصول عليها من أطباء جزائريين في فرنسا... والتي تم توزيعها على مختلف ولايات الوطن».

← الفئة الفرعية الرّابعة: البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا

يقصد بالبعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية مساهمة المنظمة في حماية البيئة، وذلك بنشر الوعي حول ضرورة المحافظة على المحيط، ونظافته، وترشيد استهلاك الموارد الطبيعية. ولأنّ الفيروس المسبب لوباء كورونا له قدرة على الانتقال بشكل غير مباشر من خلال ملامسة الأسطح، والأشياء الملوثة، كانت نظافة الفرد والمحيط الذي يعيش فيه شرطًا أساسيًا للوقاية. ولذلك، سعى القائمون على القطاع الصحي في الدول المختلفة إلى تعقيم الأماكن العمومية لحماية المواطنين.

ومن خلال إجابة المبحوث يتضح لنا أنّ الجمعية عملت على تحقيق هذا البعد حيث يؤكد المبحوث إنّ الجمعية قامت بعمل جبّار لتعقيم الأحياء والمؤسسات، ويقدم مثالًا عن شعبة ولاية برج بوعريريج فيقول «عمل جبار قامت به شعبة برج بوعريريج حيث كلّفت من طرف وإلى الولاية بتعقيم الأحياء والمؤسسات، وذلك بالتنسيق مع الجمعيات المحلية المختلفة».

← الفئة الفرعية الخامسة: البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا

نقصد بالبعد الخيري التضامني تقديم المساعدات الإنسانية للمحتاجين والفقراء (مبالغ مالية، مواد غذائية، أدوية، ملابس، أدوات مدرسية...). وعلى غرار باقي دول العالم، تسببت جائحة كورونا في شلل اقتصادي كبير في الجزائر نتيجة للحجر المنزلي المفروض في إطار الالتزام بالتدابير الوقائية حيث تمّ تقليص عدد العمالة في المؤسسات العمومية والخاصة، وأُغلقت المحلات التجارية على اختلافها، وفقد العديد من المواطنين وظائفهم، الأمر الذي أدى إلى تدهور الوضع المادي وتفاقمه عند المحتاجين.

ومن خلال إجابة أمين مال الجمعية يتضح لنا أنّ الجمعية عملت على تحقيق هذا البعد التضامني مع المتضررين من هذه الجائحة، ويقدّم مثالًا عن ذلك، حيث يقول « قامت شعبة الجمعية في ولاية برج بوعريريج بتوزيع ما يقارب 4 مليار سنتيم من المواد الغذائية على المحتاجين... كما قامت الجمعية بتقديم ما يقارب عشرين طن من المساعدات للمتضررين من الفيضانات في مدينة جانت في ولاية اليزي خلال هذه الجائحة وتكفلت باحتياجات 120 عائلة». وأكّد رئيس لجنة الإغاثة هذا البعد حين تحدث عن جهود الجمعية لتقديم المساعدات حيث قال«هبت الجمعية في المرحلة الأولى إلى تقديم المساعدات من مواد غذائية، وأدوية، ومعدات طبية عادية، حيث بدأنا بولاية البليدة على اعتبار أنّها بؤرة ظهور الوباء ثم باقي الولايات».

← الفئة الفرعية السادسة: البعد الديني للمسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا.

يقصد بالبعد الديني للمسؤولية الاجتماعية عمل المنظمة على نشر تعاليم الدين الإسلامي والحرص على الارتكاز عليه في مجالات الحياة كلّها. ويؤكد رئيس لجنة الإغاثة التزام الجمعية بهذا البعد في جهودها الإغاثية خلال جائحة كورونا حيث يقول «إنّ الجمعية قامت بحملات تحسيسية لنشر الوعي الصّحي تم الارتكاز فيها على تعاليم الدين الإسلامي لأنّ المؤمن له عناية بالدين ويتأثر بتعاليمه؛ لذلك، كان لا بدّ من إدماج التوعية الصحية بالتوعية الدينية ويقول «فكرت أنا شخصيًا كرئيس لجنة الإغاثة في نشر كتيبات في الصحة من خلال تعاليم الدين» ويتابع «ولقد تم طبع ثلاثة أجزاء من هذه الكتب، دعت في مقدمتها إلى تجديد المنظومة الصحية من خلال الفقه الإسلامي

بما نسميه الفقه الصحي، لأنه يحتوي على منظومة صحية متكاملة». وفي مسألة غلق المساجد، وفتوى ذبح أضحية العيد، والتجمع حولها والتزاور خلال الجائحة يقول «بأن الفتوى في هذه الأمور هي فتوى ناتجة عن الاتفاق بين الأطباء والفقهاء فأنّ كان أهل الاختصاص في المجال الصحي يرون بأن الابتعاد الاجتماعي وتفادي التجمعات هو شرط وقائي ضروري للتقليل من الإصابات، فأن فقهاء الدين في الجمعية دعوا إلى تطبيق نصائح الأطباء واستندوا في ذلك على مقاصد الشريعة التي تدعو إلى دفع الضرر - فدرء الضرر والمفاسد مقدم على جلب المصالح- ».

← الفئة الفرعية السابعة: البعد القيمي للمسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا

نقصد بالبعد القيمي للمسؤولية الاجتماعية تلك المبادئ والقواعد الأخلاقية التي ترتكز عليها المنظمة في أدائها لمهامها وتحاول أن تنشرها بين أفراد المجتمع. وفي حديث أمين مال الجمعية لمسنا مجموعة من القيم التي استندت فيها الجمعية في الجهود التي تبذلها لمواجهة الوباء وهي الإصلاح، والأمر بالمعروف، وفعل الخير حيث يقول «أن جمعية العلماء المسلمين الجزائريين كجمعية إصلاحية ترى أنّ الإصلاح أساسه التعليم و التربية وأيضًا من الإصلاح الأمر بالمعروف و فعل الخير».

كما تتضح من خلال حديثه قيمة الاجتهاد في أداء الواجبات فيقول «عمل جبار قامت به شعبة برج بوعريريج... الجهد نفسه عملت شعب الجمعية في سطيف... جهود بذلت وتبذل على مستوى الشعب غربًا وشرقًا...». بالإضافة إلى قيمة الأخوة عندما تحدث عن المساعدات التي قدمتها الجمعية لدولة تونس واللاجئين الصحراويين حيث يقول «ساهمت جمعية العلماء في قافلة المساعدات التي قدمتها وزارة الصحة إلى الشقيقة تونس... كما قدمت مساعدات طبية لإخواننا بالمخيمات الصحراوية في تندوف...». أمّا في حديث رئيس لجنة الإغاثة فقد اتّضحت قيم أخرى هي قيمة الغيرة على الوطن، وحب الوطن، حين تحدث عن التعاون الذي أبدته جالية الجزائر في الخارج التي هبت لتقديم التبرعات، بالإضافة إلى ذلك، اتضحت قيمة التطوع حين تحدث عن تطوع الأطباء القدماء المتقاعدين الذين لبّوا نداء الوطن، وهبوا لتقديم المساعدة في المستشفيات، وكذا الشباب المتطوع في الجمعية، وكذا قيمة التضامن من خلال التبرعات التي قدمتها المؤسسات، والجمعيات، والأفراد، وقيمة التعاون حين تحدّث عن التّسهيلات التي قدّمتها وزارة الصحة ووزارة الداخلية والجماعات المحليّة، والمديرية العامة للجمارك

والضرائب إلى جمعية لاستقبال التجهيزات الطبية من الخارج، وتوزيعها بالعدل على ولايات الوطن المختلفة.

وفي مقابل ذلك، دعا إلى عدم الغرور حين أشار إلى عجز العلم أمام هذا الوباء الذي أربك حتى أكبر دول العالم المعروفة بقوة أبحاثها العلمية، وأهمية اكتشافاتها، واقتصادياتها الضخمة، كما نبذ البيروقراطية عند حديثه عن الصعوبات التي واجهتها الجمعية في بعض الإدارات وقيمة اللامبالاة عند الحديث عن عدم تحلي الأفراد بالوعي الصحي، والتهاون أمام الإجراءات الوقائية.

- **الفئة الثانية: البعد الخارجي للمسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا:**

وهو البعد الذي اتّضح من خلال الأدوار التي أدّتها الجمعية خارج الوطن تجاه المجتمعات الأخرى.

امتدت أبعاد المسؤولية الاجتماعية للجمعية إلى خارج الوطن حيث يذكر أمين مالها مساهمة جمعية العلماء المسلمين الجزائريين ب 500 حقيبة في قافلة المساعدات التي قدمتها وزارة الصحة إلى الشقيقة تونس. ويضيف» كما قدمت الجمعية أربع قوافل من المساعدات لقطاع غزة، وهي بصدد تقديم قافلة خامسة بإذن الله تعالى... كما قدّمت مساعدات طبية لإخواننا بالمخيمات الصّحراوية في ولاية تندوف تمثلت في ستّ حاويات و 20 طن من التمور في شهر رمضان الكريم وأكثر من 2000 عنوان من الكتب و المصاحف... أمّا بمخيمات الروهينغا ببنغلاديش فقد قامت الجمعية ببناء مساكن ومستشفى جاهز و أبار ومسجد ومدرستين».

المحور الثاني: معوقات المسؤولية الاجتماعية لجمعيّة العلماء المسلمين الجزائريين خلال جائحة كورونا

في حديث الدكتور عمار طالبي عن جهود الإغاثة لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين في مواجهة جائحة كورونا نوّه إلى تعاون وزارة الصحة ووزارة الدّاخلية، والجماعات المحلية، والمديرية العامة للجمارك والضرائب مع الجمعية حيث سهلوا لهم استقبال المعدات الطبية الآتية من خارج الجزائر وتوزيعها على المستشفيات. وفي مقابل ذلك، واجهت الجمعية صعوبة في التعامل مع بعض الإدارات البيروقراطية التي عقدت لهم الأمور.

8- نتائج الدراسة

1 - توصّلت الدراسة الميدانية إلى نتيجة رئيسة مفادها أنّ جمعية العلماء المسلمين أدّت دورًا هامًا للمساهمة في مجابهة جائحة كورونا في الجزائر، ما يؤكد التزامها بممارسة مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع.

2 - اتضح من خلال الدور التي بذلته جمعية العلماء المسلمين الجزائريين خلال الجائحة أنّها التزمت بتحقيق جملة من أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي نصنفها إلى بعدين أساسين، هما:

← **البعد الداخلي للمسؤولية الاجتماعية للجمعية خلال الجائحة** وهو البعد الذي اتّضح من خلال الجهود المبذولة تجاه المجتمع الجزائري، وتندرج ضمن هذا البعد جملة من الأبعاد الفرعية نوجزها في ما يلي:

- **البعد الاستراتيجي** التزمت جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بالبعد الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية، حيث تمّ وضع مخطط إغاثي أيامًا قليلة بعد ظهور أولى الإصابات في الجزائر، وذلك بالتنسيق مع الجهات المختصة، وعلى رأسها وزارة الصّحة كون الأزمة هي أزمة صحية تستدعي الارتكاز على معلومات ومعطيات موثوقة، ومن جهات رسمية لها دراية بالوضع الصحي ولها خبرة فيه.
- **البعد الاقتصادي** التزمت الجمعية بتحقيق البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية، فعلى الرّغم من أنّها جمعية طوعية لا تهدف إلى تحقيق الربح إلا أنّها ملزمة بالحصول على التمويل. لذلك، عملت منذ وضعها لاستراتجية عمل على الحصول على التّمويل واستطاعت الحصول على التبرعات من المؤسسات والأفراد من داخل الوطن وخارجه بخاصة الجالية الجزائرية في فرنسا، وعلى رأسها الأطباء والباحثين في المجال الصحي.
- **البعد الصحي** التزمت الجمعية بتحقيق البعد الصحي للمسؤولية الاجتماعية بشقيه **التوعوي**، حيث أسهمت في نشر المعرفة حول الوباء وكيفية الوقاية منه من خلال حملات تحسسية؛ اعتمدت فيها على مثقفين من المجال الصحي وعلى الوسائل الاتصالية المختلفة لتبليغ رسائلها التوعوية، **والتمويلي** إذ بذلت مجهودات كبيرة لتقديم المساعدات للمستشفيات المختلفة عبر كامل التراب الوطني؛ وذلك بتزويدها بكميات معتبرة من المستلزمات الطبية التي زاد عليها الطلب خلال هذه الجائحة

وهي مكثفات الأكسجين، التي كانت على شكل حقائب مجهزة بأحدث التقنيات وأجهزة قياس الأكسجين، والكمامات، والألبسة الواقية، والنظارات الطبية، والقفازات، والطاولات، والأسرة الطبية وسائل التعقيم وغيرها... هذا فضلا عن تزويد المواطنين والمؤسسات العمومية بهذه المستلزمات كالكمامات وسائل التعقيم.

- **البعد البيئي** التزمت الجمعية من خلال أدوارها خلال هذه الجائحة بتحقيق البعد البيئي للمسؤولية الاجتماعية، حيث أسهمت بشكل كبير في تنظيف المحيط من خلال تعقيم المؤسسات والأحياء لحماية المواطنين من العدوى غير المباشرة بالفيروس. وبلغت من خلال هذا العمل رسالة تتمثل في ترشيد الأفراد إلى ضرورة التحلي بالوعي والحذر عند ارتياد الأماكن العمومية، حيث يجب الالتزام بالتدابير الوقائية من غسل اليدين وتعقيمها بعد ملامسة الأسطح.

• **البعد الخيري** التزمت الجمعية من خلال أدوارها بتحقيق البعد الخيري التضامني، حيث قدمت مساعدات إنسانية للمحتاجين والمتضررين من الجائحة التي تسببت في شلل اقتصادي أفقد العديد من المواطنين وظائفهم ، كما تكفلت بعدد معتبر من العائلات المعوزة، وتمثلت هذه المساعدات في المواد الغذائية، والأدوية، ووسائل الوقاية وغيرها.. وقدرت بمبالغ مالية كبيرة.

- **البعد الديني** التزمت الجمعية من خلال أدوارها خلال الجائحة بتحقيق البعد الديني للمسؤولية الاجتماعية، حيث ارتكزت في حملاتها التحسسية على تعاليم الدين الإسلامي لما لذلك من أثر الفرد المسلم، ودعت إلى ضرورة إدماج التوعية الصحية بالتوعية الدينية، وإلى تجديد المنظومة الصحية من خلال الفقه الإسلامي بما نسميه بالفقه الصحي.

كما استندت في فتوتها الخاصة بالأمور الدينية خلال هذه الجائحة (غلق المساجد والتزاور خلال عيد الأضحى والتجمع عند ذبح الأضحية) على مقاصد الشريعة، وبالاتفاق والتعاون بين الأطباء والفقهاء.

-**البعد القيمي** التزمت الجمعية من خلال أدوارها خلال الجائحة بتحقيق البعد القيمي للمسؤولية الاجتماعية حيث ارتكزت في ذلك على مجموعة من القيم، وهي الإصلاح والأمر بالمعروف، وفعل الخير والاجتهاد، والأخوة، والتضامن، والمساعدة، والتعاون، وحب الوطن، والغيرة عليه، والتطوع، والعدل، وقيم إيجابية أخرى، واستنكرت في

مقابل ذلك مجموعة من القيم السلبية كالغرور والبيروقراطية واللامبالاة.

← **البعد الخارجي للمسؤولية الاجتماعية للجمعية خلال الجائحة** وهو البعد الذي اتّضح من خلال الجهود التي بذلتها تجاه المجتمع غير الجزائري، حيث امتدت أبعاد المسؤولية الاجتماعية لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين إلى خارج الوطن، حيث أسهمت في قافلة المساعدات التي قدمتها وزارة الصحة إلى تونس، وأرسلت أربع قوافل من المساعدات إلى قطاع غزة في فلسطين وكذا اللاجئين من الشعب الصحراوي في ولاية تندوف الجزائرية بالإضافة إلى مخيمات الروهينغا ببنغلاديش.

في الوقت الذي لاقت جمعية العلماء المسلمين الجزائريين التعاون من وزارة الصحة، ووزارة الداخلية، والجماعات المحلية، والمديرية العامة للجمارك، والضرائب لتسهيل أداء مسؤوليتها الاجتماعية خلال الجائحة، واجهت بعض الصعوبات والعراقيل البيروقراطية من بعض الإدارات.

خاتمة

تناولت هذه الدراسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية للحركة الجمعوية في الجزائر خلال جائحة كورونا، حيث أخذنا جمعية العلماء المسلمين الجزائريين كواحدة من أهم الجمعيات في الجزائر أنموذجًا لهذه الدراسة التي اعتمدنا فيها على منهج المسح الوصفي منهجًا لها وأداة المقابلة لجمع البيانات، مرتكزين في ذلك على نظرية البنائية الوظيفية.

وشملت الدراسة مجموعة من العناصر وضحّت من خلالها المشكلة المعالجة، وأهمية الدراسة، وأهدافها، وإجراءاتها المنهجية، ومفاهيمها الأساسية لتقوم بعد ذلك بتحليل البيانات المجمعة، واستخراج النتائج.

وتوصلت الدراسة إلى نتيجة رئيسة مفادها أنّ الجمعية بذلت جهودًا جبارة للمساهمة في مجابهة الجائحة، حيث عملت منذ ظهور أولى حالات الإصابة في الجزائر على وضع مخطط إغاثي مستعجل، ونزلت إلى الميدان للقيام بالحملات التوعوية، وزوّدت المستشفيات بكميات معتبرة من المستلزمات الطبية الخاصة، وقدمت مساعدات إنسانية إلى المحتاجين والمتضررين من الجائحة، وارتكزت في نشاطها على تعاليم الدين الإسلامي والعمل بقيمه ومبادئه. كما بينت الدراسة أنّ هذه الجهود امتدت لتشمل دولًا أخرى، وهذا كله يؤكّد التزامها بممارسة مسؤوليتها الاجتماعية بأبعادها المختلفة (البعد الاقتصادي، البعد الاستراتيجي، البعد الصحي بشقيه التوعوي والتمويلي، البعد الخيري،

البعد البيئي، البعد الديني والبعد القيمي).

وفي نهاية هذه الدراسة، وبناء على النتائج التي توصلت إليها والتي أوضحت مكانة الحركة الجمعوية في المجتمع، وقدرتها على القيام بدور مهم خلال الأزمات تترجم من خلاله مسؤوليتها الاجتماعية، نقدم التوصيات الآتية:

- ضرورة إشراك الجمعيات الخيرية في عمليات التنمية في المجالات المختلفة لقابليتها لخدمة الصالح العام طوعًا.
- إقامة دورات تكوينية للقائمين على الجمعيات الخيرية حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية، ومهارات الاتصال واستراتيجياته.
- الوقوف على مشكلات الجمعيات الخيرية وإيجاد الحلول الخاصة لها، وتقديم الدعم المادي والمعنوي لها لمساعدتها على ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية.
- إلقاء الضوء على نشاط الحركة الجمعوية في المجتمع من خلال الدراسات والأبحاث الأكاديمية نظرًا إلى أهميتها.

المراجع:

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. 15 يناير 2012. العدد 02. قانون 12- 06 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12يناير سنة2012 يتعلق بالجمعيات.
2. الموقع الرسمي لجمعية العلماء المسلمين الجزائريين. التعريف بالجمعية. تم الاسترجاع يوم 04- 08- 2021 من نفسه.
3. https//:oulama.dz/
4. آمال توهامي. ديسمبر 2020. «دور الاتصال الجمعوي في نشر الوعي الصحي لمجابهة وباء كورونا في الجزائر- جمعية بذرة خير- مكتب ولاية ميلة- نموذجا». فعاليات الملتقى الوطني حول الثقافة الصحية والوعي المجتمعي. جامعة الأغواط، الجزائر.30- 31 ديسمبر 2020.
5. خالد غربي، محمد مسعي أحمد. 2019. سياق البعد الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية. كتاب جماعي حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، برلين. ط01. 225-208.
6. رضا فولي عثمان ثابت حسن. 2019. التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية. كتاب جماعي حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية

والاقتصادية، ألمانيا، برلين. ط01. 63-30.

7. سمير قريد. مارس 2010. نشأة وتطور الحركة الجمعوية في الجزائر. مجلة العلوم الإنسانية. جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر. المجلد 10. العدد 18. 145- 156.

8. عزوز غربي.(جأنفي 2019). الحركة الجمعوية والبناء الديمقراطي في الجزائر الممكنات والتحديات. مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية. جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر. المجلد 03. العدد 04. 257- 271.

9. غنية شليغم، فضيلة تومي. (مارس 2015). تطور الحركة الجمعوية في المدن الصحراوية - حالة ورقلة. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. عدد خاص بالملتقى الدولي حول تحولات المدينة الصحراوية - تقاطع مقاربات حول التحول الاجتماعي والممارسات الحضرية-. جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر. المجلد 07 العدد 22 07- 13.

10. فاطمة بخوش، كريمة عثماني. 2018. الاتصال الجمعوي في الجزائر قراءة في المؤشرات والدلالات. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2 الجزائر. العدد 49. 147- 155.

11. ليليا بن منصور، وسليم بوقنة، برهان الدين بوقنة. ديسمبر 2019. المسؤولية البيئية والاجتماعية لمنظمات المجتمع المدني وأثرها على التنمية المستدامة- مقاطعة مدينة عين التوتة للكشافة الإسلامية أنموذجًا. مجلة التكامل الاقتصادي المجلد07. جامعة احمد دراية، ادوار، الجزائر. العدد 04. 115 -130.

12. محمد أمين أوكيل. ديسمبر 2017. عن دور الحركة الجمعوية في تكريس المقاربة التشاركية في الجزائر بين عوائق الممارسة ورهأنات التفعيل. مجلة القانون، المركز الجامعي احمد زبانة، بغليزان، الجزائر. العدد 09. 95- 117.

13. محمد جبالة، مختارية مقدم. 2019. المسؤولية الاجتماعية إشكالية المفهوم والخلفية المعرفية. كتاب جماعي حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، برلين. ط01. 29-07.

14. مريم بوالصوف، ياسين قرناني. جوان 2021. دور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لأنشطة المسؤولية الاجتماعية لجمعيات حماية البيئة - دراسة تحليلية لصفحة جمعية Green Bike لولاية عنابة على الفايسبوك›. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية. المركز الجامعي احمد زبانة، غليزان، الجزائر. المجلد 07. العدد 01. 953 - 974.

معالجة الصفحات الرسمية للمنظمات الصحية لأزمة فيروس كورونا المستجد
« دراسة تحليلية مقارنة»

أ.د.آمال حسن محمد الغزاوي

د.دنيا طارق عبد الوهاب محمد

المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث ـ القاهرة

Abstract:

The Corona pandemic contributed to changing the course of normal life and transferring the world to new social manifestations, which affected the nature and quality of social cohesion and human relations, as the world follows a policy of social distancing and communication through new media technology to protect against this virus, therefore, the problem of the study is determined in: "evaluating the communication role of the official page of the Egyptian Ministry of Health and Population, and the official page of the World Health Organization - Egypt on Facebook, and comparing the methods of facing each of them to the health crisis in Egypt, represented by the Corona virus".

مقدمة:

شكَّل فيروس كورونا نقطة تحول فارقة في تعامل المواطن المصري مع مواقع التواصل الاجتماعي؛ ليستقي منها المعلومات وآخر المستجدات عن هذه الأزمة، فمواقع التواصل الاجتماعي فرضت نفسها ومكانتها في حياتنا اليومية، واخترقت الحدود الزمانية والمكانية، ومع صعوبة التواصل البشري نظرًا إلى الإجراءات الاحترازية لمنع العدوى وتقليل انتشارها؛ ازداد تعامل الجمهور المصري مع مواقع التواصل الاجتماعي كبيئة افتراضية للتواصل وتبادل المعلومات، ويلاحَظ اهتمام الهيئات الرسمية للدولة بتطوير

صفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي للتواصل بكفاءة مع الجمهور إلكترونيًّا؛ ومن أبرز تلك الهيئات «وزارة الصحة والسكان المصرية»، وهي الهيئة المنوط بها متابعة آخر المستجدات والوضع الصحي فيما يخص فيروس كورونا.

ففي الرابع عشر من فبراير 2020م أعلنت وزارة الصحة والسكان المصرية في بيان رسمي عبر صفحتها الرسمية بموقع « فيسبوك» عن اكتشاف أول حالة إصابة بفيروس كورونا، وكذلك خطة الوزارة للتصدي لهذا الفيروس، ولقي هذا المنشور تفاعلًا كبيرًا من قِبَل الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي، وليس فقط الهيئات المحلية هي التي تحاول التواصل والتواجد إلكترونيًّا؛ فكذلك، تحاول المنظمات والهيئات الإقليمية والدولية بث معلومات صحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وأشهر تلك الهيئات هي «منظمة الصحة العالمية»، والتي منذ بداية أزمة كورونا وهي تحاول التواصل مع الجمهور المصري من خلال صفحتها المختصة بشؤون مصر.(WHO Egypt)

لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التوعية الصحية عن فيروس كورونا، وذلك بالتطبيق على «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و»الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية – مصر»، وما دور التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع جمهورها في أوقات الأزمات.

أولًا: مشكلة الدراسة

أسهمت جائحة كورونا في تغيير مسار الحياة الطبيعية ونقل العالم لمظاهر اجتماعية جديدة، أثرت على طبيعة الترابط الاجتماعي والعلاقات البشرية وجودتها؛ إذ، يسلك العالم سياسة التباعد الاجتماعي، والتواصل عبر تكنولوجيا الإعلام الجديد للحماية من هذا الفيروس؛ لذلك، تتحدد مشكلة الدراسة في: «تقييم الدور الاتصالي للصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية والصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية - مصر بموقع فيسبوك، ومقارنة أساليب مواجهة كل منهما للأزمة الصحية بمصر، متمثلة في فيروس كورونا».

ثانيًا: أهمية الدراسة

-تحتل مواقع التواصل الاجتماعي - وبشكل خاص موقع فيسبوك - جماهيرية واسعة في العالم واعتلت منصة « فيسبوك» صدارة مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة

عالميًا بواقع 2 مليار و740 مليون زائر خلال تلك الفترة.

-وفي المجتمع المصري يعتبر فيسبوك المنصة الأكثر استخدامًا في مصر طوال العام الماضي، وأيضاً في مطلع العام الحالي حيث يستخدم الفيسبوك 39 مليون مستخدم 64 % منهم من الذكور. كما تمتلك إمكانات كبيرة يمكن توظيفها في التوعية الصحية للتواصل والتفاعل مع المجتمع وتثقيفه، بخاصة في وقت انتشار الأمراض والأوبئة، لا سيما مع وباء خطير مثل فيروس كورونا، حيث يزداد الاهتمام العالمي بالأخبار المتعلقة بأزمة كورونا، وأصبحت هذه الازمة اختبارًا لوسائل الإعلام، والتي تسعى إلى كسب ثقة الجمهور والمحافظة عليها بخاصة أنّ الصراع بين الفيروسات والإنسان يعدّ نمطًا فريدًا من أنماط الصراعات الدولية. وذلك، باعتباره من أعقد الصراعات وأقدمها على الإطلاق؛ وتزداد الحاجة في أوقات الأزمات لنقل المعلومات الصحية الدقيقة للجمهور من خلال وسائل الإعلام بدقة وموضوعية من دون تهوين أو تهويل.

من هنا، تأتي أهمية الدراسة في التعرف إلى «مدى استخدام وزارة الصحة والسكان المصرية ومنظمة الصحة العالمية مصر موقع فيسبوك في التوعية الصحية بفيروس كورونا، والفروق بينهما كونهما صفحتين رسميتين لهيئتين معنيتين بالشؤون الصحية في مصر».

ثالثًا: أهداف الدراسة

- التعرف إلى مدى توظيف كل من الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» موقع فيسبوك؛ للتوعية الصحية بفيروس كورونا.

- تحليل المضامين والأساليب الاقناعية التي تستخدمها كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» لتوعية الجمهور بفيروس كورونا المستجد.

3 - المقارنة بين «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و»الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر«بموقع «فيسبوك» فيما يخص بنشر كل مايتعلق بأزمة فيروس كورونا، وتطوّرات الوضع الصحي في مصر.

رابعًا: الدراسات السابقة

يستعرض هذا الجزء الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، وتم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور كالتّالي:

المحور الأوّل: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي.

المحور الثاني: استخدام الحكومات والمؤسسات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية.

المحور الثالث: اتّجاهات الجمهور نحو التوعية الصحية بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الأول:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي.

الدور الإيجابي لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي:

بالنظر إلى إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي جاءت دراسة (مرتضى البشير، وخالد عبد الحفيظ، 2020) للكشف عن إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السوداني للوقاية من فيروس كورونا من خلال الموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية على فيسبوك، وتمثلت عينة الدراسة في الحصر الشامل لكل الرسائل في صفحة فيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية لمدة سبعة أيام تبدأ من 8 أبريل 2020م، وهي فترة تصاعد جائحة كورونا في السودان.

وتوصلت الدراسة لاهتمام صفحة فيسبوك الخاصة بموقع الوزارة بتعزيز الوعي الصحي من خلال نشر الأخبار والمعلومات المستمرة حول فيروس كورونا، واستخدامها لأساليب متنوعة ومصادر مختلفة لنشر رسائل التوعية، كما زادت مساحة التفاعل من جانب المستخدمين مع منشورات الصفحة، وذلك لتوافر عنصر المصداقية وعدم وجود الشائعات التي تغزو مواقع التواصل الاجتماعي.

واتّفقت نتائج الدراسة السابقة مع دراسة (Suzanne Suggs, 2006) والتي تناولت الاتجاهات الحديثة في أبحاث التوعية الصحية، وأثبتت أنّ شبكات التواصل الاجتماعي تعدّ بمنزلة العمود الفقري للبرامج التوعوية الصحية الحديثة، وأشارت أنّه يجب

على المنظمات الصحية أن يكون لها هدفًا استراتيجيًّا من خلال التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي، بما يحقق عنصر التفاعل مع الجمهور المستهدف، وهذا يتطلب من المؤسسات الصحية المختلفة والهيئات المعنية بالشؤون الصحية استثمار شبكات التواصل الاجتماعي لتوصيل المعلومات الصحية للجمهور، وتعزيز خدمات الرعاية الصحية الخاصة بهم.

بينما هدفت دراسة (عيشة علة، 2020) لدراسة التأثيرات وسائل الإعلام الجديدة في تنمية الوعي الصحي للتحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19) في الجزائر، وتكونت عينة الدراسة من 140 فردًا، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك دورًا إيجابيًّا لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية، وأن هناك فروقًا ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات العالمية طبقًا للمجال المهني.

أما دراسة (عمر بن عيشوش، وحسان بوسرسوب، 2020) فهدفت إلى الكشف عن مدى مساهمة «فيسبوك» في دعم وتعزيز التوعية الصحية في المجتمع الجزائري، انطلاقًا من وسائل الاستخدام لدى متتبعي صفحة أخبار فيروس كورونا.

اعتمدت الدراسة على المنهج «الوصفي التحليلي» مع تطبيق أداتي الملاحظة بالمشاركة والاستبيان الإلكتروني على عينة عمدية عبر استطلاع آراء المستخدمين للمجتمع الافتراضي متتبعي صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية من الفيروس؛ ونتج عن هذه الدراسة نتائج عديدة، منها: أنّ شبكة «فيسبوك» تؤدي دورًا فعالًا في تعزيز الهوية الصحية السليمة، وأنّ غالبية الموضوعات التي تهتم شبكة «فيسبوك» بتقديمها تختص بزيادة الوعي الصحي، والتواصل مع الجهات الطبية، والفحص الدوري المبكر.

واتفقت نتائج الدراسات السابقة في هذا المحور مع دراسة (لبني قاسم، كاميليا سلطان، 2015) والتي استهدفت الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي، تحديدًا شبكة «فيسبوك»(Ebola, 2015) ، واعتمدت على دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي موقع «فيسبوك»؛ وجاءت أهم النتائج أنّ شبكات التواصل الاجتماعي - خصوصًا فيسبوك - استطاعت أن تنمي نسبة المشاركة والتفاعل حول مرض «إيبولا»، واتضح تزايد الإقبال الجماهيري على متابعة الصفحة؛ كما كانت أبرز دوافع متابعة العينة للصفحة

هو التوعية الصحية، والتزود بالطاقة والأمل.

2- الدورالسلبي لشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية:

بالنظر إلى التأثر السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي في وباء كورونا جاءت دراسة (Ahmed A.R, and Murad, R, 2020) للتعرف إلى هذا التأثير في إقليم كردستان العراق، وتم إعداد استمارة استبيان إلكترونية شارك فيها 516 مستخدمًا لمواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي يتمثل في نشر الخوف والذعر من فيروس كورونا، فكان له تأثيرات سلبية على الصحة النفسية لمتابعي تلك المواقع؛ كما ظهر موقع «فيسبوك» على أول قائمة مواقع التواصل الاجتماعي التي تبث الذعر حول تفشي فيروس كورونا في العراق.

كذلك، تطرقت دراسة (استقلال دليل العازمي، 2021م) إلى التعريف بمخاطر الفبركة الرقمية والإعلام الجديد، التي قد تقود إلى مرحلة تصعب فيها السيطرة على وسائل التواصل الاجتماعي؛ وهدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على مخاطر الفبركة الرقمية، خصوصًا في ظل أزمة انتشار فيروس كورونا.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: إنّ عصر المواجهة المباشرة بين الأعداء قد انتهى، وأصبحنا في عصر الحرب الإلكترونية التي تتحكم في أفعال الأفراد والجماعات والدول، وأنّ الإعلام الجديد من دون متابعة ومحاسبة قد يغرق العالم في دوامة الفئوية والطائفية والحروب.

المحور الثاني:

استخدام الحكومات والمؤسسات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية.

دراسة أجريت عن الحكومة الصينية وتطويع مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة التوعية الصحية (Chen Q, zhangw & others, 2020) هدفت التعرف إلى كيفية استخدام وكالات الحكومة المركزية الصينية لمواقع التواصل الاجتماعي كأداة لتعزيز مشاركة المواطنين خلال أزمة فيروس كورونا باستخدام حساب رسمي لـSina) weibo) للجنة الصحة الوطنية في الصين، وتوصلت الدراسة إلى أنّ حلقة الحوار التي قدمتها لجنة الصحة الوطنية على موقع التواصل الاجتماعي (Sina weibo) أتاحت

للجمهور إمكانية التواصل مع المنظمة، والتفاعل، والرد على الأسئلة والاستفسارات، كما أثبتت الدراسة فاعلية المعلومات الخاصة بآخر تطورات فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحكومية على مشاركة المواطنين.

واتفقت الدراسة السابقة جزئيًّا مع دراسة (Lotus Ruan & others, 2020) التي استهدفت التعرف إلى كيفية تحكم الحكومة الصينية في المعلومات الصحية التي يتم تقديمها في شبكات التواصل الاجتماعي فيما يخص فيروس كورونا المستجد-Cov) (id-19، وأثبتت الدراسة وجود رقابة حكومية صارمة على مواقع التواصل الاجتماعي عبر منصة(YY) ، وهي منصة بث مباشر في الصين، حيث راقبت الحكومة الصينية المعلومات والمنشورات التي يتم تداولها حول الوباء، وبشكل أكبر المتعلقة بانتقاد الحكومة والشائعات والمعلومات المغلوطة حول فيروس كورونا؛ ويمكن تفسير ذلك بالرغبة في الحفاظ على صورة إيجابية للحكومة، إلّا أنّ هذا يمكن أن يقلل من الوعي العام لدى الجمهور نتيجة اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي.

أمّا بالنسبة إلى المؤسسات السعودية وتطويعها لمواقع التواصل الاجتماعي للتوعية الصحية، هدفت دراسة (خالد فيصل الفرم، 2007) إلى تقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في السعودية للتوعية ضد مرض كورونا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وركّزت الدراسة على محاولة التعرف إلى مستوى استخدام المدن الطبية والمستشفيات الحكومية الخاصة بها في مدينة الرياض لشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك – تويتر – يوتيوب) للتوعية من مرض كورونا.

وتوصلت الدراسة للعديد من النتائج؛ أهمها: أنّ 73% من المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في مدينة الرياض لا تمتلك صفحات أو منصات على مواقع التواصل الاجتماعي، و 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للتوعية حيال فيروس كورونا، كما تبين ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية للمنظومة الاتصاليّة الحديثة للتوعية، والتواصل مع الجمهور، وتعزيز الثقافة الصحية.

المحور الثالث:

اتجاهات الجمهور نحو التوعية الصحية بفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

سعت دراسة (دعاء عادل، 2020) لرصد اتجاهات الجمهور وتحليلها نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان، وتوصلت إلى تصدر حساب صحة جازان على تويتر (الحساب الرسمي للمديرية العامة للشؤون الصحية بمنطقة جازان) مقدمة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة للجمهور كونها مصدرًا رسميًّا للحصول على المعلومات، وكذلك اتضح من خلال نتائج الدراسة نشاط الحساب والنشر اليومي المستمر للرسائل الإرشادية والتوعوية؛ وتنوعت الرسائل التي تم من خلالها بث المعلومات ما بين رسائل نصية وصور، ومقاطع فيديو، وأنفوجرافيك.

كذلك، جاءت دراسة (نشوة عقل، 2020م) والتي تناولت العلاقة بين سلوك التماس المعلومات الصحية لدى المرأة المصرية، ومستوى إدراكها للمخاطر المحيطة، مع انتشار وباء كورونا عالمي حيث طُبّقت صحيفة الاستبانة على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة، لقياس متغيرات الدراسة مثل: سلوك التماس المعلومات؛ وتوصلت نتائج الدراسة إلى مدى التماس الجمهور للمعلومات، حيث أبدتً النسبة الأكبر من النساء - محل الدراسة- سلوكًا متنامي بمتابعة أخبار الفيروس أوّلًا بأوّل، كما أنّ الصفحة الرسمية لمنظمةً الصحة العالمية، وصفحة مجلس الوزراء المصري على الفيسبوك كانتا أكثر المصادر المعلوماتية محلا للمتابعة حول أخبار الفيروس، تليها وسائل الإعلام الدولية؛ وكانت الإجراءات الوقائية اللازمة لمواجهة الفيروس أكثر المعلومات التي تسعى إلى معرفتها مفردات العينة.

كما اتضح أن هناك علاقات ارتباطية إيجابية ضعيفة بين كل من مستوى سلوك التماس المعلومات ومستوى إدراك المخاطر، وأن تلك العلاقة تتأثر بمستوى الثقة في أطراف الأزمة، ومستوى اللجوء لآليات التهدئة النفسية من جانب أفراد العينة.

واتفقت الدراسة السابقة مع دراسة (زينب أبو طالب، 2013) والتي استهدفت التعرف إلى المكانة التي تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصدرًا للمعلومات الصحية للجمهور السعودي، ومعرفة تأثيرها المعرفي، والعاطفي، والسلوكي، ومستوى ثقة الجمهور بها.

وتوصلت الدراسة إلى احتلال شبكات التواصل الاجتماعي مكانة كبيرة كونها مصدرًا للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي؛ وتتقدم كذلك في هذا الشأن على وسائل الإعلام التقليدية، كما أوضحت النتائج تصدر موقع «يوتيوب» على قائمة شبكات التواصل الاجتماعي كونه مصدرًا للمعلومات الصحية لدى السعوديين؛ وجاءت شبكة الأنترنت وتطبيقاتها المختلفة في المقام الثاني بعد الأطباء والصيادلة. أمّا عن أبرز الإشباعات المتحققة للجمهور من متابعة شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الصحي هو الحصول على المعلومات الصحية.

كما هدفت دراسة (إيمان الخطاف، 2013) إلى التعرف إلى مدى اعتماد المرأة السعودية في المنطقة الشرقية على وسائل الإعلام الجديدة للحصول على المعلومات الصحية، وتوصلت الدراسة لتزايد اعتماد السعوديات على الإعلام الجديد للتثقيف الصحي؛ لتراجع دور وسائل الإعلام التقليدية وتأثيرها في مجال التوعية الصحية، وكمصدر معلومات للجمهور، وعلى مستوى شبكات التواصل الاجتماعي تصدر موقع «انستجرام» المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات الصحية للسعوديات في المنطقة الشرقية، وتليها شبكة «تويتر»، ثم «يوتيوب» في المرتبة الثالثة، و»جوجل بلاس» في المرتبة الرابعة، بينما جاءت شبكة «فيسبوك» في المرتبة الخامسة.

بينما قدمت دراسة ويكس وآخرين (2012(Weeks تـأثيرالتغطيـة الإخباريـة للقضـايا الصـحية علـى سلوك البحـث عـن المعلومـات عبـر الأنترنـت، وذلـك باستخدام بيانـات محـرّك البحـث جوجـل كمقيـاس للسـلوك، وطبقـت الدراسـة علـى الجـدل في التغطيـة الإخباريـة لتوصـيات جهـاز الخـدمات الوقائيـة بالولايـات المتحـدة الأمريكيـة عـام 2009 حول إرشادات فحص سرطان الثدي، والتي ارتبطت بشدة بحجم الولـوج إلى الأنترنـت في اليـوم للحصـول علـى معلومـات حـول التصـوير الشـعاعي للثـدي، كمـا وجـدت الدراسة أنّ هذه العلاقة لم تكن موجودة قبل سـنة واحـدة مـن التغطيـة. واسـتنتجت أنّ الطابع الجدلي في التغطية وما خلفه من غموض وتهديد، كان هـو المحـرك للبحـث عـن المعلومـات بـين النسـاء الأمريكيـات، وأشـارت النتـائج إلى أهميـة التكامـل بـين مصـادر المعلومات بغرض تنويع المصادر والبحث عن خيارات مستنيرة.

وبخصوص إدراك الجمهور للشائعات الخاصة بفيروس كورونا جاءت دراسة (محمد فؤاد الدهراوي، 2021) والتي استهدفت الكشف عن مدى إدراك المصريين لتأثرية

الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على جائحة كورونا، وذلك من خلال اختبار فروض نظرية تأثر الشخص الثالث، وطبقت على عينة حصصية قوامها 600 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، موزعة بالتساوي على ثلاث محافظات (القاهرة، والغربية، وسوهاج)، بواقع 200 مفردة لكل محافظة، وذلك في الفترة من 19/4/2020 حتى 13/5/ 2020 وخلصت إلى عدة نتائج أهمها:

- وجود علاقة بين مستوى إدراك العينة لتأثرهم بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها على الآخرين.

- إنّ مساحة الفجوة الإدراكية (الفرق بين درجة تأثرية الأنا ودرجة تأثرية الآخرين) تختلف باختلاف الخصائص الديموغرافية للمبحوثين. كما أثبتت زيادة إدراك تأثر الشخص الثالث بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي كلما زادت المسافة الاجتماعية مع الآخرين.

كما ثبتت وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي والمكونين المعرفي والسلوكي لنظرية تأثر الشخص الثالث.

كذلك استهدفت دراسة (مايسة حمدي زكي، 2020م) حول تأثير الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك عن جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا على مستوى الأمن النفسي للمبحوثين، كما استهدفت اختبار تأثير أبعاد العلاقات الاجتماعية كمتغيرات وسيطة على العلاقة بين طبيعة الكلمات المنطوقة عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا ومستوى الأمن النفسي للمبحوثين.

واستخدمت الدراسة منهج المسح، وأداته الاستبيان الإلكتروني، الذي تم تطبيقه على عينة عمدية متاحة قوامها (400) مفردة من مستخدمي الفيسبوك.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة جاءت حول طبيعة الكلمات المنطوقة من قبل جهات اتصال المبحوثين عبر الفيسبوك حول جهود الدولة لمواجهة أزمة فيروس كورونا، حيث جاءت إيجابية في المقام الأول بنسبة مرتفعة بلغت 71%، وفي المرتبة الثانية جاءت الكلمات المحايدة بنسبة 26%، أما الكلمات السلبية تراجعت إلى الترتيب الأخير بنسبة 3% فقط. كما جاء مستوي الأمن النفسي للمبحوثين متوسطًا بنسبة 73.2%، يليه المستوى المرتفع بنسبة 24.3%، بينما انخفض الأمن النفسي لدى 2.5% فقط من أفراد العينة على الرّغم من ظروف الأزمة.

كذلك تطرقت دراسة (ريهام سامي، 2021م) للتعرف إلى اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تجاه جائحة كورونا، حيث تم إجراء دراسة تحليلية من المستوي الثاني لدراسات مدخل معالجة اللغة الطبيعية، التي اهتمت بتحليل اتجاهات المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجاه هذه الجائحة، ومن خلال تحليل 92 دراسة عبر 7 قواعد بيانات علمية تم التوصل إلى عديد من النتائج منها ضرورة التكامل بين الإعلام وغيره من العلوم الاجتماعية والتطبيقية الأخرى، في محاولة للوصول إلى نتائج أكثر نفعًا وأعمق تأثيرًا.

كما أثبتت الدراسة اهتمام عدد كبير من الدراسات الإعلامية بمواقع التواصل الاجتماعي كأداة لقياس الرأي العام تجاه أزمة كورونا، ممّا يشير إلى أنّ هناك اهتمامًا عالميًا بدراسة الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كذلك، ناقشت دراسة (هاني نادي، 2021م) العلاقة بين التماس الأطباء وهيئة التمريض للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد عبر صحافة الموبايل والتوافق المهني لديهم، باستخدام منهج المسح على عينة قوامها (422) مفردة، مقسمة نصفين على الأطباء والممرضين العاملين بالمستشفيات الحكومية والخاصة بمحافظة المنيا، باستخدام أداتي الاستبانة ومقياس التوافق المهني لألطباء والممرضين.

بينت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة من يستخدمون صحافة الموبايل بين الأطباء والممرضين؛ وذلك يرجع إلى انتشار التكنولوجيا بصفة كبيرة في الفترة الحالية وزيادة الاعتماد عليها في أوقات الأزمات، وأنّ أهم دوافع استخدام الأطباء والممرضين لصحافة الموبايل هو: الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا، ولأنّها تقدم معلومات محدَّثة حول الأحداث المتعلقة بجائحة كورونا، ولأنّها تسهل التواصل مع الزملاء في التخصص ومع المرضى، وأنّ عينة الدراسة من الأطباء والممرضين يستخدمون تطبيقات الصحف والمواقع الإلكترونية كأحد أشكال صحافة الموبايل بنسب تراوحت بين (60%) و (14.5%)،وتشير النتائج إلى أنّ موقع الفيس بوك يتصدر قائمة المواقع والتطبيقات التي تستخدمها العينة من الأطباء والممرضين.

خامسًا: الإطار النظري للدراسة

- نظرية « ثراء وسائل الإعلام»:(Media Richness Theory)

تسعى نظرية ثراء المعلومات في الوسائل الإعلامية إلى التركيز على الوسائل التي تحتوي على مضامين غامضة وفيها لَبس وغير مفهومة، إذ تعدّ من الوسائل الأكثر ثراء في الوسائل الإعلامية، كما فسَّرت هذه النظرية أنّ الوسائل الإعلامية التي تحقق ثراء في المعلومات بشكل كبير، هي تلك الوسائل التي تسهم في نشر التفاعلية ما بين الجماهير المستهدفة، وهو ما يميّزها عن غيرها من الوسائل، بحيث تكون الوسائل الإعلامية ذات الثراء في المعلومات هي تلك الوسائل التي تركز على القضايا والأحداث، بالإضافة إلى المعلومات التي تكون ضرورية للمجتمع المحلي، ومن ثَم المجتمع الخارجي، وهو عكس الوسائل الإعلامية التي تحقق نسبة قليلة من الثراء في المعلومات، بحيث تركز هذه الوسائل على المعلومات، والقضايا التي تكون مبهمة.

وتنص النظرية على أنه كلما زاد غموض الرسالة لدى المستقبِل؛ زادت الحاجة إلى وسيلة أكثر ثراءً لنقل هذه الرسالة. وتختلف مزايا وعيوب كل وسيلة من وسائل الإعلام، فبعضها أكثر فورية من غيرها، وبعض الوسائل تنقل الإشارات الصوتية عن غيرها بدقة أكبر، وبشكل عام، تستخدم نظرية «ثراء وسائل الإعلام» لتحديد أفضل وسيلة للفرد أو للمنظمة لنقل رسالة ما.

ولا شك أنّ استخدام القائم بالاتصال للإعلام الجديد، هو نوع من مواكبة التطور الذي جرى لوسائل الاتصال، وعليه، فأنّ الأداء سيكون أفضل وأجود، بالإضافة إلى ما يقدمه الإعلام الجديد من اختصار الزمان والمكان.

سادسًا: تساؤلات الدراسة وفروضها

أ.تساؤلات الدراسة:

- ما أبرز القضايا الصحية التي تناولتها كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» في الفترة الزمنية من 1 يناير 2021م حتي 31 يناير 2021م؟

- ما الأساليب التي تستخدمها كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» لتوعية الجمهور المصري عن فيروس كورونا؟

- ما أهداف منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية»

و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» فيما يخص فيروس كورونا؟

- ما نوع ومعدل تفاعل الجمهور مع المنشورات الصحية التي تتعلق بفيروس كورونا في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية»، و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر»؟

ب- فروض الدراسة:

الفرض الرئيس: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طرح الوسائل الإعلامية والتكنولوجية قدرًا كبيرًا من البيانات والمعلومات للجمهور أوقات الأزمات وبين كشف الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الفرعي: كلما زادت معايير ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي، وهي (سرعة رد الفعل، وقدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.) زاد تعرض الجمهور لها.

سابعًا: الإجراءات المنهجية

أ- نوع الدراسة:

تعدّ هذه الدراسة من البحوث الوصفية (Descriptive Research) التي تهدف إلى وصف الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة بها، وتقرير حالتها كما توجد عليها في الواقع، إذ تهدف البحوث الوصفية لتقديم خصائص وحقائق متعلقة بظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية عنها من دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.

ب-منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المقارن، للتعرف إلى جوانب التشابه والاختلاف لاستخدام كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» في مجال التوعية الصحية بفيروس كورونا.

ج- أداة جمع البيانات:

تحليل المضمون هو أسلوب للبحث العلمي يستخدم استمارة تحليل المضمون لوصف المحتوى الظاهر للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، وتستخدم الدراسة استمارة تحليل المضمون لتحليل المنشورات بكل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» في مجال التوعية الصحية بفيروس كورونا.

د-عينة الدراسة:

تم إجراء تحليل مضمون لصفحتين بموقع «فيسبوك» معنيتين بالوضع الصحي في مصر، وهما «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية - الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر»، في الفترة الزمنية من 1 يناير 2021م حتى 31 يناير 2021م.

هـ - أسباب اختيار العينة:

أوّلًا: فيما يخص الصفحات التي تمّ اختيارها للتحليل:

-«الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان» بـ« فيسبوك»: حيث تعتبر وزارة الصحة والسكان المصرية هي المسؤولة عن توفير الخدمات الصحية وإدارتها وتطويرها في مصر، كما أنها المصدر الأساسي عالميًّا لإصدار تقارير الوضع الصحي في مصر فيما يتعلق بفيروس كورونا، ولوحظ نشاط الصفحة خصوصًا بعد ظهور فيروس كورونا؛ لذلك، تم اختيارها في العينة لرصد وتحليل استخدام تلك الهيئة الحكومية لصفحتها الرسمية بموقع «فيسبوك» في تزويد المواطنين بالمعلومات الصحية وتنمية الوعي الصحي.

- «الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية بمصر«(WHO Egypt) ، وهي السلطة التوجيهية والتنسيقية ضمن منظومة الأمم المتحدة فيما يخص المجال الصحي، وهي مسؤولة عن تأدية دور قيادي في معالجة المسائل الصحية العالمية.

كذلك، هي المسؤولة عن مراقبة تطورات الوضع الصحي في ظل تداعيات فيروس كورونا. لذلك، تم اختيارها في العينة لتحليل طرق تواصلها مع الجمهور المصري، ودورها في تنمية الوعي الصحي، ونشر المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا.

ثانيًا: الفترة الزمنية للتحليل

تم اختيار الفترة الزمنية للتحليل من 1 يناير 2021م حتى 31 يناير 2021م وذلك تزامنا مع بدء الموجة الثانية لفيروس كورونا في مصر.

النتائج العامة للدراسة

سيتم عرض النتائج الخاصة بالدراسة طبقًا للتساؤلات، كالآتي:

التساؤل الأوّل: ما أبرز القضايا الصحية التي تناولتها كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» في الفترة من 1 يناير 2021م حتي 31 يناير 2021م؟

يمكن من خلال الشكل الآتي توضيح مدى اهتمام كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» في فترة التحليل بنشر موضوعات تخص فيروس كورونا، إذ يتضح تصدّر القضية الصحية الخاصة بفيروس كورونا في المرتبة الأولى في منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» في فترة التحليل، وذلك بنسبة 82% في الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية؛ في حين اهتمت 61% من منشورات وزارة الصحة والسكان على «فيسبوك» بفيروس كورونا، وربما يرجع ذلك للمسؤولية الكبيرة على عاتق «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» في تناول القضايا الصحية المختلفة التي تهم المجتمع المصري بخلاف فيروس كورونا، حيث تناولت الصفحة قضايا صحية أخرى بنسبة 39% من إجمالي منشوراتها.

وشملت القضايا الصحية الأخرى التي تم تناولها في 37 منشورًا على الصفحة (صحة المرأة، صحة الأطفال، أضرار التدخين والإدمان)، وتعليمات تخص أمراضًا أخرى مثل: (السكر، ارتفاع ضغط الدم، وإلتهاب الشعب الهوائية). لذلك، عند تقييم الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية نجد أنّها أولت اهتمامًا كبيرًا في أكثر من نصف منشوراتها للفيروس المستجد على المجتمع المصري (فيروس كورونا)، في حين أنها لم تهمل القضايا الصحية الأخرى التي يتعرض لها المجتمع المصري، في حين انصبّت غالبية منشورات منظمة الصحة العالمية على فيروس كورونا بمعدل 71 منشورًا من إجمالي 82 منشورًا خلال فترة التحليل.

وكذلك، اهتمت «منظمة الصحة العالمية مصر» بعرض مشكلات وقضايا صحية أخرى في 11 منشور خلال فترة التحليل بنسبة 13.5% من إجمالي منشوراتها، وشملت: تلوث الهواء، ومرض السكر، وأضرار التدخين والإدمان.

شكل(1)

اهتمام كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بنشر موضوعات فيروس كورونا.

نطاق الاهتمام الجغرافي:

جدول رقم(1)

نطاق الاهتمام الجغرافي لمنشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر»

النطاق الجغرافي	وزارة الصحة والسكان المصرية (ن=95)		منظمة الصحة العالمية مصر (ن=82)		الإجمالي (ن=177)	
	ك	%	ك	%	ك	%
محلي	58	61	34	41.5	92	52
بدون نطاق محدد	32	33.7	35	42.7	67	37.8
دولي	2	2.1	9	11	11	6.2
إقليمي	3	3.2	4	4.8	7	4

يتضح من بيانات الجدول السابق، نطاق الاهتمام الجغرافي لمنشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك»، ويظهر اهتمام منشورات كلتا الصفحتين بالنطاق المحلي لتناول القضايا الصحية بنسبة 52% من إجمالي المنشورات، ويمكن تفسير ذلك باهتمام الصفحتين بالقضايا الصحية في مصر فقط، حيث إنّ وزارة الصحة والسكان المصرية هي المسؤول الأوّل عن الوضع الصحي في مصر وتطورات فيروس كورونا؛ وهي المسؤولة عن إصدار بيان بأعداد الإصابات والوفيات يوميًّا نتيجة للإصابة بفيروس كورونا. كذلك، فأنّ صفحة «منظمة الصحة العالمية مصر (WHO Egypt)» هي المختصة أيضًا

بمتابعة الوضع الصحي في مصر فقط؛ وفي المرتبة الثانية، جاءت المنشورات من دون نطاق جغرافي معين بنسبة 37.8% من إجمالي المنشورات التي تم تحليلها، وذلك في تناول التعليمات والإرشادات الخاصة بفيروس كورونا لجميع أفراد المجتمع من دون تحديد نطاق جغرافي معين، فعلى سبيل المثال، نشرت وزارة الصحة والسكان المصرية يوم 30 ديسمبر 2020م صورًا لفحص طلاب المدارس في إطار حملة وزارة الصحة للكشف عن الأنيميا والسمنة والتقزم عند الأطفال، وكذلك مبادرات رئيس الجمهورية لصحة المرأة، كما اهتمت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية بنشر أخبار عن المجموعات التي شُفيت من فيروس كورونا، ونشرت صورًا لهم في أثناء الخروج من مستشفيات العزل.

وفي المقام الثالث، جاءت منشورات الصفحتين مستهدفة النطاق الجغرافي الدولي بنسبة 6.2%، فعلى سبيل المثال يوم 14 ديسمبر 2020م قامت «صفحة منظمة الصحة العالمية مصر» بنشر بيان صحفي لدعم منظمة الصحة العالمية والمملكة المتحدة بتقديم مليون جنيه استرليني لدعم الحكومة المصرية في أزمة كورونا.

وأخيرًا، في المرتبة الرابعة، جاء النطاق الجغرافي الإقليمي هو المستهدف في 4% فقط من منشورات الصفحتين فيما يخص القضايا الصحية، فعلى سبيل المثال، تم إعلان ندوة إلكترونية بالتعاون مع مكتب اليونسكو الإقليمي للعلوم في الدول العربية، ومنظمة الصحة العالمية، ومركز الأمم المتحدة للإعلام بالقاهرة، بالتعاون مع مركز «كمال أدهم» للصحافة التليفزيونية والرقمية بالجامعة الأمريكية في القاهرة على الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر، وتناولت الندوة موضوع: «ضمان سلامة الصحفيين في أثناء تغطيتهم للأخبار في زمن كورونا»، وذلك يوم 27 أكتوبر 2020م.

كذلك اهتمت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية بنشر أخبار على النطاق الإقليمي، مثل: تعاون مصر مع دولة السودان لتخطي أزمة كورونا. وأيضًا يوم 19 أكتوبر 2020م نشرت «الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» ندوة افتراضية بعنوان: «تحسين الحصول على الخدمات الأساسية في أثناء جائحة كورونا»، وحاضرت فيها الدكتورة هالة السعيد وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية، والدكتورة مايا مرسي رئيسة المجلس القومي للمرأة، والدكتور أحمد المنظري مدير منظمة الصحة العالمية لإقليم شرق المتوسط.

معدل النشر يوميًّا:

شكل(2)

معدل النشر في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر»

يوضح الشكل السابق، معدل النشر في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر»، ويظهر من خلاله اهتمام الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان بالتواجد بصورة مستمرة ومكثفة عبر شبكة «فيسبوك» للتواصل مع الجمهور، إذ حرصت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان للتواصل بأكثر من 4 منشورات يوميًّا في 47.4% من منشوراتها على مدار فترة التحليل، ويلاحظ هنا تنوع القضايا المنشورة فيما يخص قضايا صحية مختلفة وليس فقط فيروس كورونا، في حين أنّ النسبة الأعلى من منشورات منظمة الصحة العالمية كانت بمعدل مرتين يوميًّا بنسبة 38% من منشوراتها، في حين لم تقم صفحة المنظمة بنشر منشورات أكثر من 4 مرات يوميًّا في أيام التحليل.

تواصلت الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر مع الجمهور عبر موقع «فيسبوك» بمعدل مرتين أو ثلاث مرات يوميًّا في أكثر من ثلثي منشوراتها، وكذلك تواصلت الصفحتان مرة واحدة يوميًّا بنسبة 11.9% من منشوراتها، وغالبية هذه النسبة التي تم التواصل فيها مرة واحدة يوميًّا كانت في الأوقات المنخفضة بالنسبة لأعداد الإصابات بفيروس كورونا في مصر (الفترة الزمنية الفاصلة بين الموجة الأولى والموجة الثانية لفيروس كورونا في مصر).

يعبر التحليل السابق لبيانات الشكل عن الاختلاف في معدل التواجد وبث المعلومات بين الصفحتين لصالح الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية، ويمكن تفسير ذلك بأنّ منظمة الصحة العالمية مصر هي جهة تابعة لهيئة عالمية، وهي بمثابة المشرف والموجه على الوضع الصحي في مصر، وعلى قرارات الحكومة المصرية الصحية، في حين أنّ وزارة الصحة والسكان المصرية هي المصدر الأساسي للشعب المصري لاستقاء المعلومات الصحية عن وباء يهدد البلاء؛ لذلك، سعت الوزارة عبر صفحتها الرسمية للتواصل بصورة مركزة ومستمرة على مدار الأزمة.

التساؤل الثاني:

ما الأساليب التي تستخدمها كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» لتوعية الجمهور المصري من فيروس كورونا؟

جدول رقم(2)

الأساليب المستخدمة للتوعية الصحية في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» .

الأسلوب:

الصفحة وزارة الصحة والسكان المصرية (ن=95) منظمة الصحة العالمية مصر (ن=82) الإجمالي (ن=177)

	ك	%	ك	%	ك	%
نشر معلومات عن فيروس كورونا	52	54.8	50	61.1	102	57.6
نشر أعداد الإصابات والوفيات فيما يخص فيروس كورونا	25	26.4	21	25.6	46	6.1
نشر أخبار خاصة بالمرضى والمصابين بفيروس كورونا		3.6	11	11.53	14	7.9
نشر ثقافة ضرورة تغير ظروف الحياة بعد فيروس كورونا	8	9.7	7	7.3	15	8.4

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق الأساليب المستخدمة في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» للتوعية الصحية بفيروس كورونا، ويظهر اعتماد الصفحتين على «نشر معلومات عن فيروس كورونا» بنسبة 57.6% من إجمالي منشوراتهما، بوصفه وباءً خطيرًا؛ ونظرًا إلى سرعة انتقال المرض وتأثيره البالغ على صحة الفرد، فهو فيروس مستجد عالميًّا وليس فقط محليًّا، وليس له لقاح مؤكد حتى الآن؛ لذا، فالفرد في

أمس الحاجة للحصول على معلومات موثوق بها ومؤكدة عن الفيروس، من حيث طبيعة المرض، وطرق الإصابة، وطرق الوقاية منه.

بينما جاء أسلوب « تثقيف الفرد وإعلامه بأعداد الإصابات والوفيات فيما يخص فيروس كورونا» في المرتبة الثانية بنسبة 26.1% في كلتا الصفحتين، فالفرد في ظلّ تعليمات التباعد الاجتماعي وتقليل الاتصال الشخصي يعتمد بصورة أكبر على مواقع التواصل الاجتماعي نظرًا لسرعتها في نقل الأخبار أوّلًا بأوّل، وتفوقها على الوسائل الإعلامية الأخرى، مثل: الصحف والتلفزيون والراديو، فمواقع التواصل الاجتماعي متاحة بصورة مستمرة مع الفرد عبر هاتفه الشخصي.

ثم جاء في المرتبة الثالثة «نشر ثقافة تغير ظروف الحياة بعد فيروس كورونا» بنسبة 8.4% من إجمالي منشورات كلتا الصفحتين، وتناول هذا الأسلوب منشورات متعددة استهدفت توعية متابعي الصفحات بتقليل الاختلاط البشري في أوقات المناسبات، ومحاولة تغيير السلوكيات البشرية المعتاد على فعلها الشعب المصري، مثل: تعليمات للتعامل الآمن في محلات البقالة في رمضان، وتعليمات لقضاء الأعياد (عيد الفطر، وعيد الأضحى) في ظل انتشار فيروس كورونا، وتعليمات لقضاء رأس السنة بما يتماشى مع الإجراءات الاحترازية لفيروس كورونا؛ ودعت منظمة الصحة العالمية مصر بمنشور على صفحتها لإخراج الصدقات والزكاة في شهر رمضان من خلال دعم النظم الصحية التي تناضل من أجل علاج مرضى كورونا، كما اهتمت كذلك الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية بتوجيه الأفراد لسلوكيات صحيحة مثل استخدام ماكينات الصراف الآلي بصورة صحيحة للوقاية من فيروس كورونا.

أما في المقام الأخير جاء أسلوب نشر أخبار خاصة بالمرضى والمصابين بفيروس كورونا بنسبة 7.9% من إجمالي المنشورات، تمثلت في منشورات تتعلق بصور أوّل مجموعات شفاء خرجت من مستشفيات العزل في المحافظات المختلفة، وأخبار تخصهم، مما يعمل على بث حالة من الأمان والطمأنينة والتفاؤل بين المواطنين، الأمر الذي له تأثير إيجابي على تحسين الصحة النفسية لهم.

الاستمالات الإقناعية المستخدمة:

جدول رقم(3)

الاستمالات الإقناعية المستخدمة في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» للتوعية الصحية.

الصفحة / الاستمالات الإقناعية	وزارة الصحة والسكان المصرية (ن=95)		منظمة الصحة العالمية مصر (ن=82)		الإجمالي (ن=177)	
	ك	%	ك	%	ك	%
عقلية	88	92.6	70	85.4	158	89.3
عاطفية	2	2.1	2	2.4	4	2.3
مزدوجة	5	5.3	10	12.2	15	8.4

نستنتج من بيانات الجدول السابق الاستمالات الإقناعية التي تم استخدامها في منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و»الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» للتوعية الصحية على «فيسبوك»، ويتضح تصدر استخدام الاستمالات العقلية في منشورات الصفحتين بنسبة 89.3% من إجمالي عينة التحليل، وتم استخدام الاستمالات الإقناعية بكفاءة من حيث ذكر معلومات وإحصائيات عن نسب الإصابة، وطرق انتقال المرض وأساليب الوقاية.

لذلك، ترى الباحثة أنه كان من المناسب استخدام هذا النوع من الاستمالات لإقناع الأفراد بتغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم تجاه وباء كورونا، وأيضًا لمناسبة استخدام الاستمالات الإقناعية العقلية للمستويات الثقافية والتعليمية كافة؛ ويلاحظ هنا تفوق «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» في استخدام الاستمالات العقلية، إذ تواجدت في 92.6% من منشوراتها، واعتمدت «منظمة الصحة العالمية مصر» على الاستمالات العقلية في 85.4% من منشوراتها بـ»فيسبوك، وجاء في المرتبة الثانية «الاستمالات الإقناعية المزدوجة» التي تمزج بين العقلية والعاطفية بنسبة 8.4% من إجمالي المنشورات، وكانت منظمة الصحة العالمية مصر أكثر استخدامًا لهذا النوع،

وذلك بنسبة 12.2% من منشوراتها، أما الاستمالات العاطفية جاءت في المرتبة الأخيرة لكلتا الصفحتين بنسبة 2.3%، وذلك من خلال منشورين فقط لكل منهما.

الوسائط المتعددة المستخدمة في عرض المحتوى:

جدول رقم(4)

الوسائط المتعددة المستخدمة في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و»الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر»

الصفحة / الوسائط المستخدمة	وزارة الصحة والسكان المصرية (ن=95)		منظمة الصحة العالمية مصر (ن=82)		الإجمالي (ن=177)	
	ك	%	ك	%	ك	%
نص فقط	1	1	23	28.1	24	13.5
نص + صورة	70	73.7	35	42.7	105	59.3
نص + رابط	2	2.1	1	1.2	3	1.7
نص + رابط + فيديو	-	-	1	1.2	1	0.6
نص + رابط + صورة	-	-	1	1.2	1	0.6
نص + فيديو	22	23.2	21	25.6	43	24.3

يتضح من بينات الجدول السابق الوسائط التي تم استخدامها من كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و»الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» في التوعية ونشر المعلومات الصحية عن فيروس كورونا للمجتمع المصري، واعتمدت الصفحتان على استخدام منشورات تضمّ نصًا وصورة في المرتبة الأولى بنسبة 59.3% في كلتا الصفحتين، وكانت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية هي الأكثر اعتمادًا على إدراج نص وصورة لتوضيح المعلومات وإيصالها للجمهور المستهدف وذلك بنسبة 73.7% من منشوراتها، واعتمدت صفحة الوزارة على هذا الشكل في تقديم التقارير اليومية الخاصة بأعداد الإصابات والوفيات وأعداد الشفاء من الفيروس بصورة دورية، وذلك لتسهيل المعلومة على المستخدمين، في حين اكتفت منظمة الصحة العالمية على النص فقط كوسيلة لتوضيح

أعداد المصابين والوفيات من فيروس كورونا يوميًّا.

وجاء في المقام الثاني الاعتماد على بث منشورات في شكل نص وفيديو معًا، وذلك بنسبة 24.3% لكلتا الصفحتين، وتم استخدامها وتوظيفها في موضوعات مختلفة مرتبطة بفيروس كورونا، مثل: نبذ التنمر والوصم الاجتماعي لمصابي فيروس كورونا.

وفي المرتبة الثالثة، تم الاعتماد على استخدام نص فقط بنسبة 13.5% من إجمالي عينة التحليل، وكانت منظمة الصحة العالمية مصر هي الأكثر استخدامًا للنص فقط في منشوراتها بنسبة 28.1%، بينما اعتمدت وزارة الصحة والسكان المصرية على إدراج النص فقط في منشور واحد من إجمالي منشوراتها خلال فترة التحليل.

وفي المرتبة الرابعة، بنسبة 1.7% جاء استخدام نص ورابط؛ وفي المرتبة الخامسة تم الاعتماد على أسلوبين بصورة متساوية، وهما استخدام (نص ورابط وصورة) و(نص ورابط وفيديو)، وذلك بنسبة 0.6% لكل منهما، ويلاحظ اعتماد الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر على هذين الأسلوبين، في حين لم تستخدمهما مطلقًا الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية في أي من منشوراتها.

اللغة واللهجة المستخدمة في المنشورات:

جدول رقم(5)

اللغة المستخدمة في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك»

الصفحة / اللغة واللهجة	وزارة الصحة والسكان المصرية (ن=95)		منظمة الصحة العالمية مصر (ن=82)		الإجمالي (ن=177)	
	ك	%	ك	%	ك	%
اللغة العربية الفصحى	90	94.7	64	78	154	87
عامية	5	5.3	12	14.6	17	9.6
اللغة الإنكليزية	-	-	4	5	4	2.2
اللغة العربية واللغة الإنكليزية معاً	-	-	1	1.2	1	0.6
لغات أخرى	-	-	1	1.2	1	0.6

يتضح من بيانات الجدول السابق تصدر اللغة العربية في منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك»، وذلك بنسبة 96.6% من إجمالي المنشورات، انقسمت إلى 87 % لهجة عربية فصحى، و 9.6% لهجة عامية، ويلاحظ اعتماد الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان على اللغة العربية في جميع منشوراتها بنسبة 100%، ويرجع ذلك لأنها جهة حكومية تخاطب فئات وشرائح المجتمع المصري كلّه؛ لذلك، فأنه من الصواب الاعتماد الكلي على اللّغة العربية، في حين اعتمدت الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر في 4 منشورات على اللغة الإنجليزية، وفي منشور واحد على مزيج من اللّغة العربية والإنجليزية بنسبة 0.6% من إجمالي عينة التحليل. كذلك، اعتمدت منظمة الصحة العالمية على استخدام لغات أخرى في منشور واحد وهي اللغة الفرنسية وذلك بنسبة 0.6% من إجمالي عينة التحليل.

التساؤل الثالث:

ما أهداف منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» فيما يخص فيروس كورونا؟

جدول رقم(6)

أهداف منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك»

الأهداف

الصفحة وزارة الصحة والسكان المصرية (ن=95) منظمة الصحة العالمية مصر (ن=82)

الإجمالي (ن=177)

	ك	%	ك	%	ك	%
تزويد الفرد بالمعارف والمعلومات	73	76.8	53	64.6	126	71.2
تغيير سلوكيات الفرد	19	20	21	25.6	40	22.6
تغيير اتجاهات الفرد	3	3.2	8	9.8	11	6.2

جاء في المقام الأول لكل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» هدف «تزويد الفرد بالمعارف والمعلومات» فيما يخص فيروس كورونا، وذلك بنسبة 71.2% من إجمالي المنشورات في فترة التحليل؛ واشتمل هذا الهدف على المنشورات التي تحتوي على المعلومات المختصة بأعداد الإصابات والوفيات اليومية، وطرق الإصابة بالمرض، وكيفية الوقاية منه، وعلاقة فيروس كورونا بالأمراض الأخرى، واشتملت على 22.6% من أهداف المنشورات لكلتا الصفحتين على «تغيير سلوكيات الفرد» بما يتماشى مع المستجدات التي يفرضها فيروس كورونا، مثل ضرورة ارتداء الكمامة بالطريقة الصحيحة والتباعد الاجتماعي، فقبل رأس السنة اتجهت صفحة منظمة الصحة العالمية مصر إلى نشر تعليمات للاحتفال بالأعياد في الهواء الطلق في ظل «كوفيد-19»مستخدمة تصميمات مبهجة، أيضًا على سبيل المثال، نشرت الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر منشورًا لعدم الإكثار من استخدام المطهرات بصورة مفرطة، مما يمكن أن يكون له ضرر أكثر من نفعه.

بينما جاء في المرتبة الأخيرة، «هدف تغيير اتجاهات الفرد» بنسبة 6.2% من إجمالي عينة التحليل، متمثلًا في 11 منشورًا، ثمانية منها في الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر، و 3 في الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية، وشمل هدف «تغيير اتجاهات الفرد» موضوعات متنوعة، مثل: تغيير نظرة الفرد لمصابي فيروس كورونا، والابتعاد عن الوصم الاجتماعي السلبي.

الجمهور المستهدف:

شكل(3)

الجمهور المستهدف في منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر»

يتضح من خلال الشكل السابق رقم (3) الجمهور المستهدف في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر»، وذلك من خلال منشوراتهم الصحية بموقع «فيسبوك»، ويظهر أنّ منشورات كلتا الصفحتين كانت موجهة لجميع أفراد المجتمع في المقام الأول، وذلك بنسبة 82% من إجمالي عينة التحليل.

وجاءت «النساء» كجمهور مستهدف في 10.7% من إجمالي المنشورات، وتناولت المنشورات الموجهة للمرأة موضوعات مختلفة، مثل: تعليمات للحفاظ على صحة الأبناء خلال فترة أزمة فيروس كورونا، ونصائح للمرأة الحامل والمرضعة إذا أصيبت بفيروس كورونا، كما جاءت موضوعات صحية متنوعة غير متعلقة بفيروس كورونا تخاطب المرأة في كلا الصفحتين عن ضرورة الكشف المبكر عن سرطان الثدي؛ كذلك تناولت الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر منشورًا يخص إجازة الأمومة مدفوعة الأجر، وميزاتها لجهة العمل، من حيث تحفيز العاملين وتعزيز مشاركة المرأة في القوى العاملة.

كذلك، اهتمت الصفحة بتناول قضية العنف ضد المرأة خلال فترة جائحة كورونا، وتعليمات للنساء حول كيفية التصرف إذا تعرضن للعنف، وكذلك اهتمت الصفحة بنشر نصائح للأمهات لاستغلال فترة العزل المنزلي خلال جائحة كورونا في التقرب من الأبناء، أيضًا قامت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان بنشر فيديو توعوي للفنان أحمد أمين يتناول فيه أهمية توعية الأم لأبنائها للحفاظ على أنفسهم خلال فترة انتشار كورونا.

جاء «الرجال» كجمهور مستهدف في المرتبة الثالثة بنسبة 6.2% من إجمالي المنشورات، وكانت منظمة الصحة العالمية مصر أكثر اهتمامًا من وزارة الصحة والسكان المصرية في توجيه منشوراتها للرجال في 9 منشورات، بنسبة 11% من إجمالي منشوراتها، في حين توجهت وزارة الصحة والسكان المصرية بتوجيه منشورين فقط للرجال، وتمثلت المنشورات الصحية في توعية الرجال حول موضوعات محددة وغير متنوعة، جاء غالبيتها متمثلًا في نشر أضرار التدخين والإدمان، وتأثيراتهما السلبية على الفرد وعلى تدهور الصحة في حالة الإصابة بفيروس كورونا، من خلال منشورات تحتوي على نص وصور، وكذلك فيديو من تقديم الإعلامي «محمد علي خير»، كما تم نشر فيديو يقدمه إبراهيم فايق يستهدف الشباب والرجال، وتناول فيه اعتبار انتشار كورونا والتعامل معها كمباراة كرة قدم، ويوضح من خلال الفيديو طرق انتشار المرض والتعامل معه، وتفاعل الجمهور مع هذا المنشور بدرجة كبيرة، وحصل على 399 ألف مشاركة.

وجاء «الأطفال» كجمهور مستهدف في المرتبة الأخيرة في منشورين فقط على الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، بنسبة 2.5% من إجمالي المنشورات، فعلى

سبيل المثال، نشرت الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر فيديو كارتون لوقف التنمر والوصم الاجتماعي ضد فيروس كورونا، مستخدمة في الفيديو طفلًا يساعد أهله المصابين بفيروس كورونا، كذلك استخدمت الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية فيديو تحفيزيًا من بطولة الشخصية الكارتونية (Minions) المحببة للأطفال لدعوتهم للبقاء في المنزل خلال فترة الجائحة، وقامت بنشر موقع بنك المعرفة المصري لمساعدة الأطفال في الاستذكار، وتعريفهم بالألعاب الترفيهية الموجودة على الموقع.

التساؤل الرّابع:

ما نوع ومعدل تفاعل الجمهور مع المنشورات الصحية التي تتعلق بفيروس كورونا في كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و»الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر»؟

التفاعل بالإعجاب على المنشورات:

جدول رقم(7)

التفاعل بالإعجاب على منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و»الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» على شبكة فيسبوك

الصفحة / التفاعل بالإعجاب	وزارة الصحة والسكان المصرية (ن=95)		منظمة الصحة العالمية مصر (ن=82)		الإجمالي (ن=177)	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من 100 إعجاب	1	1.1	20	24.4	21	11.9
من 1000 إلى 1000 إعجاب	14	14.7	44	53.6	58	32.8
أكثر من 1000 إعجاب	80	84.2	18	22	98	55.3

يتّضح من بيّنات الجدول السابق تفاعل الجمهور بالإعجاب على منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» فيما يخص التوعية الصحية بفيروس كورونا، ويظهر تزايد تفاعل الجمهور مع الصفحات بأكثر من 1000 إعجاب في 55.3% من المنشورات، ويلاحظ تزايد تفاعل الجمهور بصورة أكبر مع منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية، إذ تفاعل الجمهور مع غالبية منشوراتها (84.2% من المنشورات) بأكثر من 1000 إعجاب، وكذلك جاء مستوى التفاعل المنخفض (أقل من 100 إعجاب) في المرتبة الأخيرة بالنسبة إلى منشورات صفحة الوزارة، أمّا نصف منشورات منظمة الصحة العالمية مصر، فقد حصلت على مستوى متوسط من التفاعل الجمهوري المتمثل في (من 100 إلى 1000 إعجاب) على منشوراتها.

التفاعل بالتعليق على المنشورات:

جدول رقم(8)

التفاعل بالتعليق على منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك»

الصفحة / التفاعل بالتعليق	وزارة الصحة والسكان المصرية (ن=95)		منظمة الصحة العالمية مصر (ن=82)		الإجمالي (ن=177)	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من 100 تعليق	23	24.2	70	85.4	93	52.6
من 100 إلى 1000 تعليق	47	49.5	9	11	56	31.6
أكثر من 1000 تعليق	25	26.3	3	3.6	28	15.8

يتّضح من بينات الجدول السابق تفاعل الجمهور بالتعليق على منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» فيما يخص التوعية الصحية بفيروس كورونا، ويظهر قلة معدل التفاعل بالتعليقات في نصف منشورات عينة التحليل، حيث جاء في

المرتبة الأولى الجمهور متفاعلًا بنسبة 52.6% بأقل من 100 تعليق على المنشورات، ويظهر أنّ غالبية منشورات منظمة الصحة العالمية مصر (85.4%) يتفاعل معها الجمهور بالتعليق تفاعلًا ضئيلًا، بمعدل أقل من 100 تعليق على كل منشور، بينما تفاعل الجمهور بالتعليق مع منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان كان تفاعلًا متوسطًا (من 100 إلى 1000 تعليق) على المنشورات فيما يقارب من نصف منشوراتها.

التفاعل بمشاركة المنشورات:

جدول رقم(9)

التفاعل بمشاركة منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك»

الصفحة / التفاعل بالمشاركة	وزارة الصحة والسكان المصرية (ن=95)		منظمة الصحة العالمية مصر (ن=82)		الإجمالي (ن=177)	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من 100 مشاركة	21	22.1	54	66	75	42.4
من 100 إلى 1000 مشاركة	40	42.1	20	24.3	60	33.9
أكثر من 1000 مشاركة	34	35.8	8	9.7	42	23.7

يتّضح من بينات الجدول السابق تفاعل الجمهور بمشاركة منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» فيما يخص التوعية الصحية بفيروس كورونا، وتظهر قلة معدل التفاعل بالمشاركة فيما يقارب نصف منشورات عينة التحليل، إذ جاء في المرتبة الأولى الجمهور متفاعلًا بنسبة 42.4% بأقل من 100 مشاركة للمنشورات، ويظهر أنّ أكثر من نصف منشورات منظمة الصحة العالمية مصر (66%) يتفاعل معها الجمهور بالمشاركة تفاعلًا ضئيلًا بمعدل أقل من 100 مشاركة للمنشورات، بينما تفاعل الجمهور بمشاركة منشورات الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان كان تفاعلًا متوسطًا (من

100 إلى 1000 مشاركة) على المنشورات فيما يقارب من نصف منشوراتها.

ويمكن من خلال الجداول الثلاثة السابقة، رقم (7) و(8) و(9)، استنتاج تفاعل الجمهور بصورة أكبر مع «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» بالمقارنة مع نظيرتها «منظمة الصحة العالمية مصر» سواء بالإعجاب، أو بالتعليق، أو بالمشاركة، كذلك من الملاحظ زيادة تفاعل الجمهور مع المنشورات الخاصة بأعداد المصابين والوفيات، وتطورات فيروس كورونا، وقلة التفاعل مع المنشورات التي تتناول قضايا صحية أخرى بخلاف فيروس كورونا.

-مناقشة النتائج والتوصيات:

أ- مناقشة النتائج:

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مستوى استخدام وتوظيف كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» للتوعية الصحية بفيروس كورونا، وتحليل المضامين والأساليب التي تستخدمها كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» للتوعية الصحية بفيروس كورونا، وتم تحليل مضمون صفحتين بموقع «فيسبوك» معنيتين بالوضع الصحي في مصر، وهما: (الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية - الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر)، في الفترة الزمنية من من 1 يناير 2021م حتي 31 يناير 2021م، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، التي كان أهمها: تصدر القضية الصحية الخاصة بفيروس كورونا المرتبة الأولى في منشورات كل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و»الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» في فترة التحليل، وذلك بنسبة 82% في الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، في حين اهتمت 61% من منشورات «وزارة الصحة والسكان» بموقع «فيسبوك» بفيروس كورونا، كما اتضح اعتماد الصفحتين على نشر معلومات عن فيروس كورونا بنسبة 57.6% من إجمالي منشوراتهما بوصفه وباءً خطيرًا سريع الانتقال وذا تأثير بالغ على صحة الفرد، وهو فيروس مستجد عالميًّا وليس محليًّا فقط، وليس له لقاح مؤكد حتى الآن، لذا فالفرد في أمس الحاجة للحصول على معلومات موثوق بها ومؤكدة عن الفيروس، من حيث طبيعة المرض، وطرق الإصابة، وطرق الوقاية منه.

جاء في المقام الأوّل لكل من «الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية» و«الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية مصر» بموقع «فيسبوك» هدف تزويد الفرد بالمعارف والمعلومات فيما يخص فيروس كورونا، وذلك بنسبة 71.2% من إجمالي المنشورات في فترة التحليل، واشتمل هذا الهدف على المنشورات التي تحتوي على نشر المعلومات المختصة بأعداد الإصابات والوفيات اليومية، وطرق الإصابة بالمرض، وكيفية الوقاية منه، وعلاقة فيروس كورونا بالأمراض الأخرى.

تفاعل الجمهور بصورة أكبر مع الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان المصرية بالمقارنة مع نظيرتها منظمة الصحة العالمية مصر، سواء بالإعجاب أو بالتعليق أو بالمشاركة، كذلك من الملاحظ زيادة تفاعل الجمهور مع المنشورات الخاصة بأعداد المصابين والوفيات، وتطورات الفيروس وفقًا لمجريات أحداث الجائحة، وقلة التفاعل مع المنشورات التي تتناول قضايا صحية أخرى بخلاف فيروس كورونا.

ب-أهم التوصيات:

-ضرورة تعزيز الدور الرّقابي على وسائل الإعلام الجديد على صعيد الأسرة والمؤسسات والمجتمع.

-أهمية التحقق من المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي، للحد من مخاطره على المتلقي ومراعاة المصداقية من دون تهويل أو تهوين.

-تشجيع القائمين على إدارة وسائل التواصل الاجتماعي على حجب كل ما يمكن أن يثير العنف والخوف بين الجمهور المستهدف. إنّ المراجعة العلمية الشاملة للدراسات المتعلقة باتصال المخاطر والأزمات الصحية تتطلب المزيد من الدراسات للجمهور المستهدف، وتشمل كل المؤثرين والمتأثرين بالرسالة الاتصالية، كما تتطلب المراجعة دراسة القائم بالاتصال سواء من العاملين في إنتاج الرسالة الاتصاليّة بأشكالها كلّها، أو من العاملين بالإعلام في وزارة الصحة.

-ضرورة الاستفادة من الكوادر المتخصصة بالقطاع الصحي من أبناء الوطن للإسهام في الإعداد والتخطيط للبرامج الصحية المتعلقة بالتثقيف الصحي عبر وسائل الإعلام الجديد ممن تتوافر لديهم الخبرات الإعلامية المطلوبة بوجه عام ووضع الضوابط المحددة للنشر الإعلامي للمعلومة الصحية، وكيفية التعامل مع المعلومات الصحيحة والخاطئة، التي تنشر بطرق غير رسمية من دون تهويل أو تهوين.

-التأكد من تنفيذ الحكومات لنظم اتصال المخاطر-Risk communication systemsوإشراك الجمهور في أنشطة الاستعداد والتأهب حول الوباء من أجل حماية صحة الجمهور بطريقة سريعة وشفافة.

-تعزيز قدرة القائميين بالاتصال على التوجيه والإرشاد باستمرار، وإشراك خبراء المجتمع في مواجهة الوباء.

-مراجعة خطط اتصال المخاطر ومشاركة الجمهور فيها، والنظر فيما إذا كانت هناك حاجة إلى تعديلات عليها منعًا لتفشي فيروس.COVID-19

-يجب تنشيط أطراف العملية الاتصالية، وتعزيز التثقيف الصحي، ومشاركة خبراء العلوم الاجتماعية لتخفيف حالة الخوف والقلق بين المواطنين.

-وأخيرًا الاهتمام بالتوعية المجتمعية كضرورة ملحة ؛ وعملية طويلة الأجل وتعدّ الحملات الاتصالية من أهم مكوّناتها كأداة فعالة لنشر المعلومات التي يجب أن تتسم بالشمولية ولا تقتصر فقط على أوقات الأزمات الصحية، بل تتمّ بأحد النمطين، أمّا النمط التعليمي لتوعية الجمهور ونشر المعلومات الصحيحة والحقائق حول المرض كالإصابة بفيروس كورونا وما يصاحبها، أو النمط التربوي الذي يجعل الجمهور شريكًا في اتخاذ القرار، وعليه مسؤليات عديده تجاه نفسه وتجاه المجتمع ـ من اتّخاذ الإجراءات الاحترازية والوقائية ـ ومن ثم تزداد فرص مشاركته الإيجابية في المجال الصحي (استراتيجية المشاركة).

أوّلًا:المراجع العربية:

-الكتب العربية:

.1شيماء ذوالفقار: «مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية»، مصر، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009م

.2هويدا مصطفى: «الإعلام والأزمات المعاصرة»، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 2010م.

-الأبحاث المنشورة:

.1استقلال دليل محمد العازمي: «مخاطر «الفبركة الرقمية» في الإعلام الجديد جائحة كورونا عبر وسائل التواصل الاجتماعي أنموذجًا»، مجلة البحوث الإعلامية، العدد السادس والخمسون، الجزء الثالث، يناير 2021م، ص 1207

.2إيمان الخطاف: «اعتماد المرأة السعودية في المنطقة الشرقية على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات الصحية»، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، الرياض، 2013م.

.3حسني عوض: «أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب: تجربة مجلس شبابي علار أنموذجًا»، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية، جامعة القدس، 2011م.

.4خالد فيصل الفرم: «استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية»، مجلة بحوث العلاقات العامة بالشرق الأوسط، العدد الرابع عشر، يناير/ مارس 2017م.

.5خضر إبراهيم حيدر: «الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي»، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، العتبة العباسية المقدسة، 2018م.

.6دعاء عادل: «اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا Covid-19 في منطقة جازان»، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الرابع والخمسون، الجزء الرابع، يوليو 2020م.

.7ريهام سامي: «اتجاهات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي نحو جائحة كورونا (كوفيد- 19) تحليل من المستوى الثاني لدراسات مدخل معالجة اللغة الطبيعية»، مجلة البحوث الإعلامية، العدد السادس والخمسون، الجزء الثالث، يناير 2021م، ص ص 1277

.8زينب أبو طالب: «شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي»، المجلة العربية للعلوم والاتصال، الرياض، مايو 2013م.

.9عمر بن عيشوش، وحسان بوسرسوب: «دور شبكة فيسبوك في تعزيز التوعية الصحية بفيروس كورونا (كوفيد-19): دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي فيسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا

والتوعية الصحية أنموذجًا»، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد الثاني، العدد الثاني، 2020م.

10.عيشة علة: «دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19): دراسة ميدانية»، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألماني، العدد الحادي عشر، مايو 2020م.

11. لبني قاسم، كاميليا سلطان: «دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا: الصفحات الفيسبوكية أنموذجًا»، رسالة ماجستير غير منشورة، علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015م.

12. مايسة حمدي زكي:»تأثير الكلمات المنطوقة إلكترونيا EWOM حول إدارة الحكومة المصرية الأزمة كورونا على الأمن النفسي لمستخدمي الفيسبوك»، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الخامس والخمسون، الجزء الرابع، أكتوبر2020م، ص 2225

13.محمد أحمد فياض: «دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين: دوافع التعرض والإشباعات المتحققة»، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، كلية الفنون والإعلام، العدد الثاني.

14.محمد المغير: «إدارة المحتوى الإعلامي في الاعتداء العسكري على قطاع غزة نوفمبر 2019م.. ما بين نشر الشائعة والطمأنينة»، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد التاسع، برلين، ألمانيا، 2020م.

15.محمد إبراهيم موسى: «دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام: دراسة وصفية تحليلية على عينة من طلاب الجامعات السودانية في الفترة من 2012م حتى 2015م»، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإعلامي، السودان، 2015م.

16.مرتضى البشير وخالد عبد الحفيظ: «وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا.. صفحة فيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجًا»، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو 2020م.

17.محمد فؤاد محمد الدهراوي: «إدراك المصريين لتأثرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على جائحة كورونا- دراسة ميدانية»، مجلة البحوث الإعلامية، العدد السادس والخمسون، الجزء الرابع، يناير2021م، ص ص 1573

18.نشوة عقل: «التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية»، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الرابع والخمسون، الجزء الرابع، يوليو 2020م، ص 2037

19.هاني نادي: «التماس الأطباء وهيئة التمريض للمعلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد عبر صحافة الموبايل وعلاقته بالتوافق المهني لديهم»، مجلة البحوث الإعلامية، العدد السادس والخمسون، الجزء الثاني، يناير 2021م، ص 851

20.ولاء عبد الرحمن فودة: «اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الإعلام الجديد في تحقيق التفاعل مع وسائل الإعلام الدولي»، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، العدد العاشر.

ثانيا: المراجع الأجنبية

1- Ahmed A.R, and Murad, R.: “The impact of social media on panic during the covid-19 pandemic in Iraqi Kurdistan: online questionnaire study”, journal of medical internet research, 22(5), 2020.

2- Chen Q, zhangw & others: “unpacking the black box: how to promote citizen engagement through government social media during the Covid-19 crisis”, Compute human behavior, 2020.

3- Lotus Ruan & others: “Censored contagion: how information on the corona virus is managed on Chinese social media”, (3), 2020.

4- Schulte & Payne, J. G: “Mass media, public health, and achieving health literacy.” Journal of health communication 8 (S1): 124-125. 2003

5- Suzanne Suggs: “A 10-year retrospective of research in new technologies for health communication”, journal of health communication, 2006, 11(1).

6- Weeks B.E, et al. (2012). Behavioral consequences of conflict-oriented health news coverage: the 2009 mammography guideline controversy and online information seeking. Health Communication. vol.27, issue2, pp.158–166.10.1080/10410236.2011.571757

ثالثًا: المواقع الإلكترونية:

1. https://almalnews.com/%2. https://www.alrab7on.com /في 15سبتمبر 2021

المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمؤسسات في ظل جائحة كورونا

د. فارس محمد العمارات

د. سهام البدور

Abstract:

The research is aimed to show the relationship between the Corona pandemic and social and moral responsibility, and the research has reached several conclusions, including social responsibility to ensure that the business sector adheres to ethical laws and standards, in terms of the impact of business activity on employees. The researchers recommended recommendations including: It is essential that institutions fulfil their commitment to social responsibility to alleviate poverty by ensuring a good and sustainable standard of living in society and achieving economic growth.

مقدمة :

إنّ التحولات الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والسياسية، التي تزامنت مع عصر ثورات المعلومات والاتصالات في ظل الأزمات الكبرى المتتالية والتي من بينها أزمة فيروس كورونا، أدّت إلى بروز مدى أهمية خدمة المجتمع وتنمية الشعور بالمسوؤلية المجتمعية، ممّا أدى إلى تطور نوعي في معنى المسؤولية الاجتماعية، وهذا التطور كان ناشئًا عن أزمة كورونا أي أنّه هناك تطور في المفهوم تنظيرًا وتطبيقًا، حيث أصبحت المسؤولية الاجتماعية للأفراد والمؤسسات مطلوبة في الظروف كلّها، بخاصة في الظروف الصعبة بمشاركة الفرد أو المؤسسة في خدمة المجتمع كل بحسب إمكاناته وقدراته ومواهبه، وهذا سينعكس بالإيجاب على المجتمع ككل، فاعتبارات المسؤولية الاجتماعية، وفي ظلّ تنوعها و تطورها كفيلة بتغيير وجه الحياة في المجتمع بالكامل، وبهذا جعلت المسؤولية الاجتماعية الحكومات والمؤسسات والأفراد في قارب واحد

يعملون كفريق متناغم للمصلحة العامة، وفي ظلّ الظروف العصيبة أصبحت مؤسسات المجتمع تقوم المشاركة العاجلة بحسب الاحتياجات المُلحة مثل تأمين المعدات الطبية والأدوية وأماكن تخصص كمستشفيات للحجر الصحي والعلاج، وتختلف مستويات المُشاركة و حجمها و طبيعتها بحسب إمكانات كل مؤسسة، من أجل التأثير على هذه الجائحة والتخفيف من أضرارها. وفيما يلي، نماذج عن ممارسات ومبادرات قامت بها شركات عاملية بخصوص المسؤولية الاجتماعية لمساعدة في التخفيف من أثار جائحة كورونا.

على الرغم من النقاشات الكبيرة والحادة التي يتم تداولها يوميًا حول تأثير فيروس كورونا على العالم والاقتصاد العالمي وما يمكن أن ينجم عنه من أزمات اجتماعية واقتصادية حادة، إلّا أنّ هناك إغفالاً واضحًا للعلاقة بين هذا الفايروس المُستجد وبين المسؤولية الاجتماعية، فلا يمكن بأي حال من الأحوال تقبّل المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في أوقات الرخاء، وإغفالها في أوقات الشدة، فالمسؤولية الاجتماعية للأفراد والمؤسسات والدول مطلوبة في كل الظروف، ومطلوبة أكثر في الظروف الصعبة، كونها تشكل ركنًا أساسيًا وهامًّا في حياة المجتمعات. (زاهي، ورازية،2020)

مُشكلة البحث :

مع زيادة حدّة انتشار وباء كورونا وما سببه من مشاكل صحية واقتصادية واجتماعية، وتخصيص الدول مبالغ كبيرة لمواجهته والتقليل من أثاره على المجتمع؛ ظهر تحد جديد حول الواقع العملي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، بما يشكّل اختبار حقيقي لهذا المفهوم حول ما يمكن أن يقدمه خلال فترة الأوقات الصعبة اقتصاديًّا واجتماعيًّا وصحيًّا؛ وفي هذا الإطار تحاول هذه الورقة إبراز دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في التخفيف من أثار الأوبئة والكوارث الصحية.

من هنا، فأنّ السؤال الذي يتم طرحه هو:

ما مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات في مواجهة فيروس كورونا؟

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى بيان ما يلي:

الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية والاخلاقية .

العلاقة مابين جائحة كورونا والمسؤولية الاجتماعية والاخلاقية.

أخلاقيات المؤسسات المجتُمعية في التعامل مع المسؤولية الاجتماعية في الإطار الإنساني.

أهمية البحث:

سيعتمد الباحثون في هذه الدراسة المنهج الوصفي لدراسة المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في ظل جائحة كورونا. وجمع المعلومات من المصادر المتوفرة بخاصة من الأبحاث والدراسات والتقارير التي تتعلق بعنوان الدراسة.

المحور الأول : الإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية.

تعدّ المسؤولية الاجتماعية إحدى القنوات التي تدعم المصلحة العامة، وهذا سرّ قوتها كعنصر أساسي مطلوب لتمتين روابط العلاقات الإنسانية، فالتوحد مع الجماعة يدفع الفرد إلى بذل جهده من أجل إعلاء مكانتها، والوطنية من أوضح نماذج هذا التوحد. كل إنسان مسؤول اجتماعيًّا، والمسؤولية الاجتماعية جزء من المسؤولية بصفة عامّة، فالفرد مسؤول عن نفسه وعن الجماعة، والجماعة مسؤولة عن نفسها وأهدافها وعن أعضائها كأفراد في جميع الأمور والأحوال، والمسؤولية الاجتماعية ضرورية للمصلحة العامة، وفي ضوئها تتحقق الوحدة، وتتماسك الجماعة، وينعم المجتمع بسلامٍ أشمل وأعمق.

فالمسؤولية تفرض التعاون، والالتزام، والتضامن، والاحترام، والحب، والديمقراطية في المعاملة، والمشاركة الجادّة التي هي صلة الرحم بين الأفراد في المجتمع الواحد ثم أنّ الشعور بالمسؤولية الاجتماعية شعور نبيل معه نتجاوز الشكليات إلى قدسية الواجب.

ولا يزال مفهوم المسؤولية الاجتماعية في إطاره الأدبي والمعنوي أكثر منه في بعده التطبيقي، وتُعدّ المسؤولية الاجتماعية لقطاع العمال على أنّها مسؤولية قطاع الأعمال العام والخاص.

والمسؤولية الاجتماعية بأن يكون البعد الاجتماعي والأخلاقي إلى جانب البُعد الاقتصادي وتحقيق نمو في الأرباح والعوائد هو المحدد لسلوك قطاع الأعمال من خلال التزامه الدائم بمتطلبات التنمية المجتمعية، وتحسين نوعية ظروف الحياة ومستواها لأفراد المُجتمع.

وقد ظهر مفهوم المسؤولية الاجتماعية في القرن الثامن عشر، عندما أعلن آدم سميث

أنّ المجتمعات ستحقق أفضل تنمية ممكنة للأفراد عندما تتعاون منظمات الأعمال والمجتمع بل أهم ما يمكن أن تقدمه للمجتمعات هو إسهامها في رخاء المجتمع. ويعرفها (Bowen) بأنها:»مسؤولية رجال الأعمال في متابعة السياسات، واتخاذ القرارات، والقيام بالأنشطة التي تتلاءم مع أهداف المجتمع وقيمه، ويعرف(Watts): المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام مستمر من قبل منظمات الأعمال بالتصرف أخلاقيًّا، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية، والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والسكان المحليين والمجتمع (بن يسعد،2020).

وتعني المسؤولية الاجتماعية ضمان التزام قطاع الأعمال بالقوانين والمعايير الأخلاقية، من حيث تأثير نشاط قطاع الأعمال على العاملين، على المستهلكين، على البيئة والمجتمعات المحلية والمجتمع ككل. ويجب أن تفهم المسؤولية الاجتماعية على أنها استثمار في المجتمع أكثر من كونها عملًا خيريًّا.

والمسؤولية الاجتماعية والاهتمام بجوانب التنمية المجتمعية، وبالجوانب الأخلاقية إلى جانب اهتمامها بالربحية التجارية. وهي التزام تجاه العاملين وتجاه العملاء، والمُستهلكين، والمُجتمع ككل؛ وهذا يتعدى العمل الخيري التطوعي، بحيث نصل إلى علاقة يستفيد منها المانح والمتلقي. وبناء على ذلك، لا يتم تقييم أداء قطاع الأعمال بناء على الربحية فقط، بل بناء على دور هذا القطاع في عملية التنمية المجتمعية أيضًا.

وبحسب مجلس الأعمال العالمي يستند دور قطاع الأعمال في التنمية المستدامة إلى ثلاثة أعمدة: النمو الاقتصادي المتواصل، التنمية المجتمعية، وحماية الموارد الطبيعية والبيئية، والمسؤولية الاجتماعية التزام متواصل من قبل قطاع الأعمال في التنمية المجتمعية يتجاوز حدود الأعمال الخيرية.

والمسؤولية الاجتماعية ليست عملًا طوعيًّا فقط، ويجب ألا تفهم على أنّها عطاءات، بل هي إحدى واجبات والتزامات قطاع الأعمال الخاص تجاه المجتمع . ويجب ألا تقتصر المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال على شكل صدقات أو تبرعات أو إسهامات في دعم فريق رياضي أو حفل فني أو تنظيم نشاطات اجتماعية؛

هذه هي الأشكال البدائية للمسؤولية الاجتماعية، المفهوم أعم وأشمل وأعمق من ذلك، و أسهمت العديد من الجهات الدولية في السنوات القليلة الماضية بتحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية ودعمت تطبيقه، حيث ناقشت الجمعية العامة للأمم المتحدة في

دورها الاستثنائية التي عقدت في جنيف عام 2001 مشروع « المبادرات الاجتماعية للشركات» من أجل مواجهة الفقر.

وأطلق الأمين العام السابق للأمم المتحدة(كوفي عنان) مبادرة خاصة بتفعيل الدور الاجتماعي للشركات، وصدر على شكل تقرير سمي «بالاتفاق العالمي» تضمّن المبادئ التوجيهية لدعم المسؤولية الاجتماعية للشركات، والعمل على تحقيق ستّ معايير دولية لسلوك الشركات في الاقتصاد العالمي. وقد ركزت على مبادئ العمل الأساسية وحقوقه، حقوق الإنسان، وحماية البيئة، وحدد الاتحاد الأوروبي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال على أنّه سلوك تقوم على أساسه الشركات بتضمين الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في نشاطها وتفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل طوعي. (خضور،2011) .

وتعني المسؤولية الاجتماعية بحسب البنك الدولي: التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة وبدوافع ذاتية في التنمية المستدامة من خلال العمل مع مكونات المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بما يخدم الاقتصاد والتنمية معًا.

وحدّد مجلس الأعمال العالمي للتنمية المُستدامة مفهوم المسؤولية الاجتماعية على أنّه :التزام مستمر من قبل قطاع الأعمال بالتصرف أخلاقيًّا، والمُساهمة في التنمية، والسعي إلى تحسين الظروف المعيشية للعاملين وللمجتمعات المحلية والمجتمع ككل"، وقد قدمت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في العام 2001 مجموعة من الإرشادات للشركات تناولت فيها حقوق الإنسان، ومكافحة الفساد الضرائب، العلاقات العمل، والبيئة وحماية المُستهلك.(Williams and Aguilera 2008)

عناصر المسؤولية الاجتماعية

تتكوّن المسؤولية الاجتماعية من عناصر مترابطة ينمّي كل منها الآخر، ويدعمه، ويقوّيه، ويتكامل معه، وهذه العناصر هي: الاهتمام، والفهم، والمشاركة.(فخري،2006)

1 - الاهتمام:

يتضمن الارتباط العاطفي بالجماعة، وحرص الفرد على سلامتها، وتماسكها، واستمرارها، وتحقيق أهدافها. وللاهتمام مستويات منها: الانفعال مع الجماعة، حيث يساير الفرد وبصورة آلية حالتها الانفعالية لمجرّد أنّه يعتبر نفسه في قلب المسؤولية، فيتعاون ويتفاعل بحماس تلقائيًّا مع الجماعة، ويرى أنّ مسايرته لها موضوعية ومنطقية.

أما الانفعال مع الجماعة، فيحدث بصورة إرادية حيث يأتي تضامنه مع الجماعة بناء على قناعة ذاتية منه، فيجعل أهدافها محور اهتماماته ويتفاعل معها بصدق وشفافية.

2 - الفهم:

ويتضمن فهم الفرد للجماعة والقوى النفسية المؤثرة في أعضائها، وفهمه لدوافع السلوك الذي تنتهجه خدمة لأهدافها، واستيعابه للأسباب التي جعلته يتبنّى مواقفها... إنّ الفهم الصحيح يدعم مشاركة الفرد في القيام بمسؤولياته، وهو أيضًا يشترط الالتزام بأخلاقيات المجتمع ومسايرة المعايير والاهتمامات الاجتماعية ومقاومة الضغوط وتنسيق الجهد الشخصي التعاوني، كما يشمل التقارب الفكري والمساهمة في المناقشة المتعقّلة وتحديد النقاط التي يجب اعتمادها للوصول إلى الغاية التي تخدم المصلحة العامة.

3 - المشاركة:

المشاركة مسؤولية وهي الأرضية الأساسية لحياة اجتماعية مشرقة مستقرة. تُظهر المشاركة قدر الفرد وقدرته على القيام بواجباته وتحمّل مسؤولياته بضمير حي وروحية صافية، وإرادة ثابتة، والمقصود هنا مشاركة الفرد في أعمال تساعد في تحقيق الهدف الاجتماعي، ولها ثلاثة جوانب: أوّلها: التقبل، أي تقبّل الفرد للدور أو الأدوار الاجتماعية التي يقوم بها والملائمة له في إطار ممارسة سليمة؛ وثانيها: التنفيذ، حيث ينفذ الفرد العمل وينجزه باهتمام وحرص ليحصل على النتيجة التي ترضيه وترضي الآخرين وتخدم الهدف. وثالثها: التقييم، حيث يقيّم كل فرد عمله وفقًا لمعايير المصلحة العامة والأخلاق.

مجالات المسؤولية الاجتماعية ومحاورها وأشكالها:

تتمثل محاور الامسؤولية الاجتماعية ومجالاتها بما يلي:

1 - احترام قواعد القانون والتوافق مع القوانين وإدارة النشاطات والأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية.

2 - الاهتمام بحقوق العاملين وأنظمة العمل والأجور وأماكن العمل.

3 - تنمية المُجتمعات المحلية وتطويرها.

4 - حماية البيئة وتحسينها ومكافحة التلوث البيئي.

5 - الأمن والأمان في العمليات الإنتاجية وفي المنتجات.

6 - تجنب نشاطات الفساد وعدم القيام بأعمال فاسدة.

وتتضمن المسؤولية تجاه العاملين ما يلي :

أ - المساهمة في التأمينات الاجتماعية.

ب - نظام للرعاية الصحية وتوفير الأمن الصناعي.

ج - توفير برامج تدريبية والمساعدة في تأمين سكن للعاملين ووسائل النقل المُناسبة.

وتتضمن المسؤولية تجاه العملاء والمُستهلكين ما يلي:

- الشفافية والنزاهة.
- عدم الغش أوتقديم مُنتجات مؤذية صحيًا.
- توفير بيانات عن المنتج وصلاحيته.
- إعلان وترويج صادق.

وتتضمن المسؤولية تجاه المُجتمع ما يلي :

- دفع الضرائب وعدم التهرب.
- التبرع للمؤسسات والجمعيات الخيرية وتقديم الإعانات للفقراء ومساعدتهم.
- إقامة معاهد التعليم والتدريب وتقديم المنح الدراسية للطلبة المحتاجين.
- تقديم الإعانات في المجالات الصحية والثقافية وفي حالات الكوارث.
- وتتضمن المسؤولية تجاه البيئة ما يلي:
- منع التلوث ودرء الأخطار البيئية الناجمة عن النشاطات الإنتاجية.
- الاهتمام بالصناعات النظيفة بيئيًّا، والاستثمار في تدوير النفايات.

المحور الثاني: المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في ظل جائحة كورونا.

تعدّ فترات الأوبئة والكوارث الصحية العاملية اختبارًا حقيقيًّا لمدى جدية تطبيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في أرض الواقع، حيث أنّه خلال هذه الفترات تظهر الحاجة لتكاثف الجهود المختلفة ومواجهة الأوبئة، وآثارها الصحية، والاجتماعية،

والاقتصادية من منطلق أنّ الكثير من المؤسسات يؤكدون على ضرورة أن تكون لهم أهدافًا اجتماعية ومجموعة قيم، وضرورة اهتمامهم بموظفيهم والأطراف ذات المصالح الأخرى، فأنّ هذه الظروف ستكون مناسبة لإبراز مدى الجدية والاهتمام في هذا المجال.

وعلى الرّغم من أنّ مسؤولية حماية المواطنين تقع على عاتق الحكومات والسلطات العامة، إلّا أنّ انتشار الأوبئة بشكل غير متوقع، قد يجعل الحكومات عاجزة عن توفير الموارد والإمكانية الكافية- حتى وإن توفرت- فإنّ تدخل بعض الحكومات والسلطات المسؤولة قد تتطلّب وقتًا وجهدًا كبيرًا في إيصال المساعدات لعدد كبير من المحتاجين (العينوس،2020).

وبحسب (AGUINIS 2013)، فإنّ هناك نوعين من المسؤولية الاجتماعية التي يمكن الالتزام بها، النوع الأول يمثل المسؤولية الاجتماعية المتضمنة استراتيجية المؤسسة، والنوع الثاني المسؤولية الاجتماعية الظرفية التي تمثل مجرد ممارسات ظرفية، وقد أكّد أنّ النّوع الأوّل أكثر فعالية في التخفيف من آثار الأزمات والكوارث، باعتبار أنّ لكل أزمة مخاطر وفرص.

فعلى المؤسسات أن تستغل مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل جيد كفرصة خلال الأزمات، حيث أنّ القرارات المتخذة خلال هذه الظروف ستكون محل إشادة من المجتمع لفترات طويلة بعد زوال الوباء، وتعتبر إشارات للجمهور بأنّ المؤسسة لديها أهداف تتجاوز توليد الأرباح الماليّة، ممّا يدعم ثقة المستهلك والمستثمر ويدعم ولاء الموارد البشرية للمنظمة أو المؤسّسة.

وكذلك، لا يمكن الحديث عن المسؤولية الاجتماعية من دون الحديث عن أخلاقيات أفراد، وجماعات، ومؤسسات المجتمع في التعامل مع المسؤولية الاجتماعية في الإطار الإنساني الذاتي، والذي ينبع من مدى احترامهم لهذا المبدأ الإنساني، والتي تُعدّ من أبجديتها الالتزام الذي يعبّر عن رغبة ذاتية وإصرار دؤوب من قبل الفرد نفسه في تطبيق هذا القرار وتنفيذه، إلى جانب التنشئة الاجتماعية الصحيحة التي تحتاج إلى توعية متكاملة الأركان من قبل الأسرة، والمدرسة، والمؤسسات المجتمعية، في فهم هدف المسؤولية الاجتماعية فهمًا كاملاً نابعًا من الانتماء، والمواطنة للدولة، والمجتمع، والإنسانية.

يضاف إلى ذلك، الإحسان والتعاون حيث لا يمكن أن يُكتب للمسؤولية المجتمعية عناصر السلامة والنجاح من دون توافر الشعور والإحساس الذاتي تجاه أي حدث

طارئ أو مشكلة ما، ولهذا يستوجب دائمًا المبادرة والتعاون بعيدًا عن عوامل الانعزال والأنانية.

وتُشكل هذه الأبجديات مجتمعة في حال تم العمل بها وتطبيقها على أرض الواقع وممارستها عمليًا من قِبل أفراد المجتمع الواحد، أنموذجًا مهمًا نحو إعادة تشكيل الوعي الذاتي باتجاه بناء مجتمعٍ متماسكٍ قادر على مواجهة أي جائحة أو وباء؛ بالتالي، ووفقًا لما تقدم، تجعل المسؤولية الاجتماعية الحكومات والمؤسسات الأهلية والأفراد في قالب واحد يعملون كفريق متناغم للمصلحة العامة، بعد أن كشفت أزمة كورونا أهمية إعادة النظر في أولويات الدول، والمجتمعات، والشركات، والمؤسسات.

وبرزت المجالات التي يمكن للمسؤولية الاجتماعية المساهمة فيها، فالمسؤولية الاجتماعية تقع على عاتق الجميع بدءًا من الفرد مرورًا بالأسرة ثمّ الشركات، والمؤسسات، والوزارات، والأحزاب، ومنظمات المُجتمع المدني، وجميع الهيئات انتهاءً بالحكومات، والدول. (نرش،2020)

وقد أظهرت بعض المؤسسات خلال جائحة كورونا بعض الممارسات مثل السماح للموظفين بالعمل من المنازل، وإطلاق بعض الحملات التوعوية وخلافه؛ لكن هذا ليس كافيًا، أو على الأقل، هذا ما تخبرنا به الكارثة الحالية.

فهناك جزء كبير من المسؤولية الاجتماعية يتعلق بتوقع الخطر قبل حدوثه، وبالتالي، وضع الخطط والاستراتيجيات اللازمة للتعامل معه، على الرّغم من أنّ هذا جزء متعلق بالتخطيط وإدارة المخاطر لكنه متعلق أيضًا بالمسؤولية الاجتماعية.

والالتزام الاجتماعي الصوري بالمسؤولية الاجتماعية لم يعد مجديًا الآن، بخاصة أنّ العالم يعاني من أزمات مركبة، مثل الاحتباس الحراري، وتغير المناخ، والمخاطر الاجتماعية والاقتصادية الأخرى.

ومن هنا، تبدو الحاجة ماسة لوجود التزام حقيقي وواضح من الشركات تجاه المجتمعات التي تعمل فيها، وهناك الكثير من الشركات أدركت -على ما يبدو- أهمية هذا النوع من الالتزام، وذلك أحد إيجابيات فيروس كورونا (علواني،2020).

المحور الثالث: المسؤولية المُجتمعية والبعد الإنساني للمؤسسات.

ورد مصطلح «المسؤولية الاجتماعية للمرة الأولى عام 1923م، حين أشار (شلدون)

إلى أنّ مسؤولية أي مؤسسة هي بالدرجة الأولى مسؤولية اجتماعية، وأنّ بقاء أي مؤسسة واستمرارها يحتم عليها أن تلتزم وتستوفي مسؤوليتها الاجتماعية عند أدائها لوظائفها المختلفة.

وفي عام 1953م صدر كتاب Bowel بعنوان: «المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال»،حيث لقى المفهوم اهتمامًا من قبل الباحثين، الأكاديميين، والمنظمات الدولية؛ نظرًا إلى التأثير الذي يمكن أن تحدثه المؤسسة في محيطها الداخلي والخارجي من خلال التأثير في سلوك مختلف المتعاملين معها، وعلى الرغم من صعوبة تحديد تعريف دقيق لمفهوم المسؤولية المجتمعية؛ إلّا أنّ هناك اجتهادات متعددة للتعريف بها؛ إذ عرّفها بعض الباحثين بأنّها «جميع القرارات والفلسفات والأفعال والطرق التدبيرية التي تعتبر تطور المجتمع ورفاهيته هدفًا لها.

وتشمل المسؤولية المجتمعية بمفهومها الواسع والشامل الالتزام بتحقيق التوازن بين أطراف متعددة، لكنها مترابطة تتمثل بمصالح وحاجات كل من المنظمات الإنتاجية، والعاملين فيها، والبيئة الخارجية، والمجتمع، كما أنّ نشاطات المنظمة من حيث النوعية تصنف إلى نشاطات حماية البيئة والتفاعل مع المجتمع المحلي، وحماية المستهلك، والنشاطات المتعلقة بالعاملين. (شماس،2020)

أبعاد المسؤولية المجتمعية للمؤسسات:

هناك أبعاد عديدة للمسؤولية المُجتمعية للمؤسسات تتمثّل بما يلي:(بن يسعد،2020)

أوّلاً: البعد الاقتصادي.

لا يُشير البعد الاقتصادي للمسؤولية المُجتمعية إلى الربح كجانب من جوانب الأعمال التجارية، إنّما يشير إلى الالتزام بممارسات أخلاقية داخل المؤسسات مثل الحوكمة المؤسسية، ومنع الرشوة والفساد، وحماية حقوق المستهلك، والاستثمار الأخلاقي. وضمن هذا السياق فعلى المؤسسات أن تقوم بتبني وتطبيق مبادئ المساءلة، والشفافية، والسلوك الأخلاقي، واحترام مصالح الأطراف المعنية، واحترام سيادة القانون في اتّخاذ القرارات وتنفيذها وتطوير دليل للحوكمة المؤسسية خاص بها.

ثانيًا: البعد الاجتماعي.

المؤسسة عليها مسؤولية كبيرة، ولا بدّ أن تسهم في تحقيق رفاهية المجتمع الذي تعمل

فيه، وتحسين شؤون العاملين فيها ورعايتها، بما ينعكس إيجابًا على زيادة إنتاجيتهم وتنمية قدراتهم الفنية وتوفير الأمن المهني والوظيفي والرعاية الصحية والمجتمعية لهم، ويعد النمط الإداري المنفتح الذي تعمل به المؤسسة حاسمًا حيث إنّ هناك تأثيرًا لاعتبار سلوكها الاجتماعي يتجاوز حدود المؤسسة نفسها .

ولتحديد القضايا المجتمعية ذات الصلة ضمن أولوياتها التي تسعى إلى تحقيقها ينبغي على المؤسسة أن تتناول المواضيع الأساسية الآتية:

ثالثًا: البعد البيئي.

لا بدّ للمؤسسة أن تراعي الآثار البيئية المترتبة على عملياتها ومنتجاتها، والقضاء على الانبعاثات السامة والنفايات، وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والإنتاجية من الموارد المتاحة، وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلبًا على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد؛ وعلى المؤسسة أن تعي الجوانب البيئية كلّها - المباشرة وغير المباشرة- ذات الصلة في تأدية نشاطاتها، وتقديم خدماتها وتصنيع منتجاتها، كما وعليها استخدام معايير معينه لمعرفة تلك الجوانب البيئية ذات الأثر المتميز، لتتمكن بالتالي من التحسين الفعَّال لأدائها البيئي. ومن الواجب على تلك المعايير المحددة من قبل المؤسسة نفسها أن تكون شاملة، مُثبَّته (ممكن إثباتها) وموثقة ومعمول بها.

الاستنتاجات والتوصيات :

أوّلاً: الاستنتاجات.

بعد أن استعرض الباحثان المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في ظل جائحة كورونا، فقد توصل البحث إلى الاستنتاجات الآتية:

1. هناك نوعان من المسؤولية الاجتماعية التي يمكن الالتزام بها. النوع الأول، يمثل المسؤولية الاجتماعية المتضمنة استراتيجية المؤسسة؛ والنوع الثاني، المسؤولية الاجتماعية الظرفية التي تمثل مجرد ممارسات ظرفية.
2. تعتبر المسؤولية الاجتماعية إحدى القنوات التي تدعم المصلحة العامة، وهذا سر قوتها كعنصر أساسي مطلوب لتمتين روابط العلاقات الإنسانية.
3. المسؤولية الاجتماعية ضمان التزام قطاع الأعمال بالقوانين والمعايير الأخلاقية، من حيث تأثير نشاط قطاع الأعمال على العاملين.

4. أظهرت بعض من المؤسسات، خلال جائحة كورونا، بعض المُمارسات التي تدلّ على مسؤوليتها، منها السماح للموظفين بالعمل من المنازل.

5. لا يمكن الحديث عن المسؤولية الاجتماعية من دون الحديث عن أخلاقيات أفراد، وجماعات، ومؤسسات المُجتمع في التعامل مع المسؤولية الاجتماعية في الإطار الإنساني الذاتي، والذي ينبع من مدى احترامهم لهذا المبدأ الإنساني.

6. المؤسسة عليها مسؤولية، ولا بد أن تسهم في تحقيق رفاهية المُجتمع الذي تعمل فيه، وتحسين شؤون العاملين فيها ورعايتها، مما ينعكس إيجابًا على زيادة إنتاجهم، وتنمية قدراتهم الفنية، وتوفير الأمن المهني، والوظيفي، والرعاية الصحية والمُجتمعية لهم.

ثانيًا: التّوصيات.

بعد أن استعرض الباحثان الاستنتاجات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية على المؤسسات في ظل جائحة كورونا، فأنّهم يوصون بما يلي:

1. وضع سياسة واضحة بتخصيص جزء من موارد المؤسسة وعائداتها لدعم المسؤولية الاجتماعية.

2. من الضروري أن تكتفي المؤسسات بالتزامها بالمسؤولية الاجتماعية من أجل التخفيف من حدة الفقر من خلال ضمانها لمستوى معيشي جيد ومستدام في المجتمع وتحقيق النمو الاقتصادي.

3. دعم الحوافز المخصصة للمؤسسات لتحفيزها على أداء المسؤولية الاجتماعية.

4. تخصيص برامج التوعية بالدور الاجتماعي للمؤسسات، والتركيز على المعلومات من أوجه العمل الاجتماعي وأهميته.

5. إدراج برامج العمل الاجتماعي في خطط واستراتيجيات المؤسسات.

المراجع :

1. بن يسعد، عذراء، (2020)، المسؤولية الاجتماعية والبعد البيئي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر مجلة العلوم الإنسانية العدد(1)، مجلد (32)، الجزائر.
2. زاهية، تؤام، ورازية، سعاد، (2020)، تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا نموذج عن شركات عاملية، مجلة الميادين الاقتصادية ، العدد (1)، مجلد(3).
3. شماس، إيهاب، (2020)، تعزيز المسؤولية الاجتماعية للفرد والمؤسسات، المسؤولية الاجتماعية للشركات تاريخ النشر :https://www.linkedin.com/pulse 31-1-2020 تاريخ الاطلاع : 8-9-2021.
4. علواني، محمد، (2020)، نظرة على المسؤولية الاجتماعية عالميًا في أثناء أزمة كورونا، تاريخ النشر 2020-8-5، تاريخ الاطلاع : https://www.rowadalaamal.com 8-9-2021.
5. العينوس، رياض عبد الرحمن، (2020)، دور المسؤولية الاجتماعية للشركات للتخفيف من آثار الأوبئة والكوارث الصحية:دراسة حالة مساهمة شركات التكنولوجيا العالية العالمية الخمس الكبرى في التخفيف من آثار فيروس كورونا، مجلة تنمية الموارد البشرية العدد (2) ، مجلد (16).
6. فخري، ناديا متى، (2006)، المسؤولية الاجتماعية عناصرها ومظاهرها وكيفية تنميتها مجلة الجيش اللبناني، العدد 249، آذار، بيروت – لبنان.
7. نرش، بشار،(2002)، كورونا والمسؤولية الاجتماعية https://www.aljazeera.net/blogs/2020/3/31، وتم الاطلاع على الرابط بتاريخ 2021-9-8.
8. AGUINIS, H. (2013). Embedded Versus Peripheral Corporate Social Responsibility: Psychological Foundations. Industrial and Organizational Psychology**.**

دور المسؤوليّة الاجتماعيّة والأخلاقية
في بناء الفرد والمجتمع

أ. هشام بو عروري / أ. رزاق لحسن

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 الجزائر

Abstract:

This study aims at the role of social and moral responsibility in building the individual and society, the problems arising from its absence in the educational and community environment, the importance of social responsibility, and the study is to discuss and analyze the subject of social and moral responsibility, and the importance of the role that each plays as an effective and important party in the success of the process of building a personality The individual and society, as one of the most important duties of institutions, is the continuous commitment to developing and improving the cultural and economic level, and social security for members of society, and reconsidering in the light of this study the importance of investing the human head in its intellectual development, and consolidating values in it as a means of addressing cultural invasion, and modern communication technology in a sophisticated, practical and scientific manner without isolation from the world and its developments.

key words: Social responsibility/moral responsibility/individual/society.

مقدمة:

في ظلّ التّغيرات الحاصلة التي يشهدها العالم اليوم بخاصة مع التطورات الاجتماعية والثقافية، والتطورات التكنولوجية الهائلة، التي جعلت العديد من المجتمعات في دائرة

الضغوطات والمشاكل، والتي تؤثر بشكل كبير على الأسس الاجتماعية، الأمر الذي وضع كل من الدين، التعليم، والتربية، ركيزة لأي مجتمع وقيامه وأساس ازدهاره، في خلق مسؤوليةً قائمة على القيم، مبنية على سلوكيات أخلاقية مسؤولة للأفراد داخل المجتمع.

إذ، تعدّ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية من أهم الأسس والمرتكزات التي تقوم عليها المجتمعات، حيث تحرص على غرسها في نفوس الأفراد، لما لها من أهمية بالغة في تكوين الفرد تكوينًا نفسيًّا، سليمًا، مشبعًا بالقيم الأخلاقية، ومتحليًا بالمسؤولية الذاتية التي تعمل على تنظيمه داخل الجماعة، باعتبار أنّ مسؤولية الجماعة من مسؤولياته، بحيث يتحمل الفرد نتائج سلوكياته وما يترتب عنها.

إنّ بناء الفرد والمجتمع من أهم البِنى التحتية التي تقوم عليها الأمم؛ وللمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية دور مهم ومطلب حيوي من أجل المشاركة في بناء هذا الكيان الاجتماعي، حيث إنّ الفرد المتسم بها يحقق فائدة كبيرة لجميع أفراد مجتمعه، واختلالها عند الأفراد يعدّ من أخطر ما يهدد حياة المجتمع.

المحور الأوّل: المسؤولية الاجتماعية:

1 - مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

لم تحظَ المسؤولية الاجتماعية كمفهوم بتعريف محدد، لكونها تعدّ متغيرًا حيويًا أو ديناميكيًا يتغير باستمرار ليتلاءم مع طبيعة المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية؛ وعليه، سنتطرق إلى أهم هذه التعريفات:

تعبّر المسؤولية الاجتماعية عن العلاقة بين المؤسسة وكافة أصحاب المصلحة من عملاء، عاملين، المجتمع المحلي، الملاك، المستثمرين، الحكومة، الموردين والمنافسين.

فيعرفها Epstein على أنّها مجموعة الأنشطة التي تنفذها المؤسسة اختياريًا للوفاء بالتزامها تجاه المجتمع المحيط بها، بالإضافة إلى التزامها تجاه أصحابها.

كما يعرّفها Holmes على أنها ذلك الالتزام الأخلاقي والإنساني الذي يقع على عاتق المؤسسات تجاه المجتمع المتواجدة فيه، عن طريق القيام بتحديد مجموعة من الأنشطة الاجتماعية، على غرار تحسين الخدمات الصحية، والاجتماعية، ومكافحة التلوث، ومحاربة الفقر والفساد الاجتماعي، وتوفير فرص عمل، وحل مشاكل الإسكان

وغيرها من الأمور؛ «فالمسؤولية» في الأصل مفهوم أخلاقي يعالج عواقب الأفعال التي يقوم بها الفرد داخل المجتمع.

والمسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها، أي مسؤولية ذاتية أخلاقية تحقق الرقابة الداخلية والمحاسبة الذاتية، التي تعمل على تنظيم الفرد داخل الجماعة باعتبار أنّ مسؤولية الجماعة من مسؤولياته بحيث يتحمل الفرد نتائج أفعاله وما يترتب عنها.

وعليه، يمكننا تعريف المسؤولية الاجتماعية على أنّها أمر من شأن أي كيان سواء كان فردًا أو مؤسسة، وهي مبدأ يجب على كل منهما القيام به للحفاظ على التوازن الاجتماعي.

2 - عناصر المسؤولية الاجتماعية:

للمسؤولية الاجتماعية عناصر مترابطة، يدعم كلّ منها الآخر ويتكامل معه، ويمكن تحديدها في ثلاثة عناصر مهمة متمثلة في ما يلي:

أ.التعاون:

يعدّ التعاون من أهم المظاهر الاجتماعية التي تهدف إلى التشارك في عمل أو مسؤولية ما مع جهة أخرى، وذلك لبلوغ هدف مشترك سواء كان هدفًا مباشرًا أو غير مباشر؛ فالتعاون إمّا يكون اختياريًا كتعاون الأفراد في مساعدة المحتاجين أو في أثناء الأخطار الكبرى والكوارث الطبيعية، أو إجباريًا بحسب طبيعة العمل والظروف المحيطة به، وهذا ما يخلق بناءً اجتماعيًا متماسكًا.

ب.المشاركة:

يقوم المبدأ على ضرورة مشاركة أفراد المجتمع في تحقيق التنمية الاجتماعية باعتبارها أعلى درجات المسؤولية الاجتماعية، وذلك عن طريق مشاركة الرأي العام، والمقترحات، والجهد والعمل؛ أو مشاركة مادية عن طريق مشروعات، وتبرعات؛ أو المشاركة في عملية تخطيط، تنفيذ، تنسيق؛ أو التقييم بهدف الوصول إلى مستوى معين من تنمية أفضل.

ج.الفهم:

إنّ الفهم الصحيح يدعم مبدأ المشاركة من جانب الفرد في القيام بمسؤولياته تجاه نفسه والمجتمع، إذ يجب أن يتحلى بأخلاقيات المجتمع واهتماماته، ومقاومة الضغوطات كافّة

ومسايرتها؛ كما يشمل التقارب الفكري، والمساهمة في المناقشة للوصول إلى النقاط التي يجب التركيز عليها والوقوف عندها في خدمة المصلحة العامة.

3 - أهمية المسؤولية الاجتماعية في بناء المجتمع:

تعدّ المسؤولية الاجتماعية إحدى أبرز المرتكزات المستخدمة في المجتمع لتوفير حياة بناءة وضمانتها بشكل أفضل لفئات المجتمع كلّه، وتحقق المسؤولية مزايا عديدة، أهمّها:

-زيادة الوعي بأهمية التوافق بين مؤسسات المجتمع والفئات المختلفة ذات المصلحة.

- تحسين البنية التحتية، والثقافية، والاجتماعية، لتوفير حياة أفضل في المجتمع؛ وهذا ما يشجع على خلق ترابط وتماسك داخل الكيان الاجتماعي.

- تشكيل ما يسمى بالثقافة السياسية من خلال زيادة التثقيف بالوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد والمجتمعات والمؤسسات، وهذا ما يسمح بتوفير الاستقرار والعدالة الاجتماعية باعتبارها جوهر المسؤولية الاجتماعية.

-تحقيق التأثيرات الإيجابية نحو مصلحة المجتمع كزيادة الترابط والتكافل الاجتماعي بين شرائحه المختلفة.

-زيادة التكافل الاجتماعي بين شرائح المجتمع المختلفة.

-تسهم المسؤولية الاجتماعية في تنمية شعور الفرد بالمسؤولية تجاه الأسرة أو المؤسسة التي يعمل بها، أو نحو المجتمع أو الإنسانية بأسرها، وهذا ما يسمح في تقدم المجتمعات وارتقائها.

4 - أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

لقد عرفت المسؤولية الاجتماعية نقلة نوعية في توسيع مفهومها بعد مساهمة كارول Carrollفي تحديد أربعة أبعاد رئيسة كما هي موضحة في الشكل الآتي:

-**المصدر:** من إعداد الباحث بالاعتماد على طاهر محسن منصور الغالبي: المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات - دراسة تطبيقية لعينة المصاريف الأردنية - المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الأردن، 2010، ص 83.

أ.المسؤولية الاقتصادية: يشير البعد الاقتصادي إلى ممارسة النشاط الاقتصادي من طرف المؤسسات لتحقيق الكفاءة وتحقيق الفعالية، ولتحقيق الربح من دون الضرر

بالمجتمع؛ مع تلبية حاجات المستهلك كله من إنتاج لسلع وخدمات بنوعية راقية؛ فهو يشير إلى الالتزام التام بالممارسات الأخلاقية المسؤولة داخل المؤسسات وخارجه.

ب.المسؤولية القانونية: يشير البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية بالالتزام التام والطوعي بالتشريعات والقوانين المنظمة والمحددة للإجراءات الصحيحة والخاطئة للجوانب المختلفة في المجتمع، كحماية البيئة، المشاركة في حل مشكلات المجتمع، حماية المستهلك، تأمين العدالة والسلامة للأفراد...

ج.المسؤولية الأخلاقية: تعدّ من أهم الأبعاد التي تقوم عليها المسؤولية الاجتماعية، حيث تراعي الجوانب الأخلاقية المختلفة في صياغة القرارات واعتمادها من أجل عدم إلحاق الضرر بالمجتمع، كالتزام المؤسسات بالتحلي بالأخلاق الطيبة، واحترام معتقدات الأفراد مع مراعاة المستوى الثقافي للمجتمع، وذلك من خلال تعاملهم مع أطياف المجتمع ككل.

د. المسؤولية الخيرية: يصنفها كارول في أعلى الهرم باعتبارها مسؤولية أساسية يتحلى بها المجتمع، وتشمل الهبات، التبرعات، وكذا الأعمال الاجتماعية الخيرية التي ترقى بالمجتمع، فهي تشمل كل المبادرات الخيرية، والتطوعية، التي تمتاز بطابع إنساني هدفها البناء لا الربح.

5 - دور المسؤولية الاجتماعية في بناء إنسان مسؤول اجتماعيًّا:

إنّ المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها، فهي تمثل مبدأ مهمًا للتكون والتنشئة من أجل تحمل الفرد أدواره والقيام بها وللمشاركة في بناء المجتمع؛ إذ إنّ قيمته تظهر بمقدار تحمله للمسؤولية تجاه نفسه والمجتمع.

فهي تعدّ من أهم الصفات والمميزات التي يجب بناؤها داخل الفرد وغرسها، حيث إنّ الفرد الذي يتحلى بها يحقق فائدة للمجتمع، إذ إنّ تربية الأفراد على تحمل ما يقوم به من أقوال وأفعال ذات أهمية بالغة لتنظيم الكيان الاجتماعي داخل المجتمع، فبتحملهم للمسؤوليات والأعمال الناتجة عنهم، تستقر حياتهم وتسود الطمأنينة في ما بينهم، وهذا ما يحقق التوازن الاجتماعي، ونشر الأخلاق والعدالة التي تعدّ جوهر المسؤولية الاجتماعية.

فيعتبر الشعور بالمسؤولية الاجتماعية للأفراد تجاه الآخرين، بمدى شعورهم بالانتماء،

والولاء للمجتمع، حيث يزيد شعور الفرد بالمسؤولية، كلما زاد شعوره وتعلقه وولاؤه وانتماؤه بالمجتمع، وهذا ما يدل على استعداده للقيام بما يوكل إليه من أعمال ومسؤوليات في مواقف متعددة ومختلفة.

المحور الثاني: المسؤولية الأخلاقية

1 - مفهوم المسؤولية الأخلاقية:

تعدّ المسؤولية الأخلاقية من أهم الأبعاد التي تقوم عليها المسؤولية الاجتماعية، فهي شعور الفرد بالالتزام الأخلاقي تجاه أعماله، أفعاله الإرادية، أي ما يصدر عن الفرد عملاً وقولاً.

فهي مجموع القيم التي تحفز السلوك الاجتماعي، والأخلاقي، الإيجابي للفرد داخل المجتمع، والمتمثلة في خلق توازن اجتماعي مبدئه العدل.

هذا ما تطرق إليه مقداد يالجن في تعريفه للمسؤولية الأخلاقية على أنّها: «التحمل الشخصي للفرد نتيجة التزاماته، قراراته، واختياراته العملية من الناحية الإيجابية والسلبية أمام الله في الدرجة الأولى، وأمام ضميره في الدرجة الثانية، وأمام المجتمع في الدرجة الثالثة.»

فالمسؤولية الأخلاقية هي فعل أخلاقي، تنشأ دائمًا من العلاقة مع شخص آخر، إذ تعدّ فعلًا أو سلوكًا معينًا يقوم به الفرد، مبني على القيم الأخلاقية.

2 - أهداف المسؤولية الأخلاقية:

إنّ الهدف الأساسي للمسؤولية الأخلاقية هي مساهمة المجتمع في تربية الأفراد، وتعزيز الأخلاق الحميدة وتنميتها لتكوين فرد ناشئ حميد الأخلاق داخل مجتمعه، فكل فرد ينشأ على ما تعود عليه في صغره، «فالتربية في الصغر كالنقش على الحجر»، باعتبار أنّ الأخلاق هي المعيار، والمبدأ، الذي يحكم سلوك الفرد والجماعة، حيث يطبق الفرد ما يُسَلِّمُ به من القيم، في أثناء تعامله مع المواقف المختلفة.

كما تهدف المسؤولية الأخلاقية إلى محاربة وصدّ كل ما هو فاسد داخل المجتمع، أي ما تعرضه العالم من انحرافات أخلاقية تسلب من المجتمعات الأمن والاستقرار، بسبب ما خلفته التكنولوجيا الحديثة؛ التي أصبح الفرد والمجتمع غير قادر على سد منافذها والنجاة من آثارها، على الرّغم من الرصيد الهائل الذي تملكه المجتمعات الإسلامية

العربية من القيم الأخلاقية والمناعة الاجتماعية.

دفعت المجتمعات بكل مؤسساته إلى عدم الإغفال عن هدف الأخلاق الذي يرسم العدل، ويحقق التوازن داخل الكيان الاجتماعي، ويؤكد أن لكل تنشئة زمنًا، أسلوبًا، ومنهجًا قويمًا للمحافظة على القيم الأخلاقية وتثبيتها في المجتمع.

3 - **أبعاد المسؤولية الأخلاقية:**

تتمثل الأبعاد الأساسية للمسؤولية الأخلاقية كما هي موضحة في الشكل الآتي:

المصدر: من إعداد الباحث.

أ.أخلاقيات الأفراد: حيث يعدّ السلوك الأخلاقي المتمثل في الاستقامة والتحلي بالصدق، والأمانة، والثقة في المعاملة من أهم الأخلاقيات الواجب توافرها في الفرد داخل المجتمع، الذي يصنع منه فردًا مسؤولاً تجاه الآخرين، إذ إنّ التنشئة الصحيحة السليمة تنتج لنا فردًا سويًّا يتمتع بأخلاق حميدة يحقق بها خدمة لذاته وللمجتمع.

ب.أخلاقيات القيادة: يتمثل هذا البعد في دعم القيم الأخلاقية وبنائها بين الأفراد داخل المجتمع، أو بين الأفراد داخل المؤسسات المختلفة، مع تحفيز السلوك الأخلاقي الإيجابي، ومعاقبة كل ما هو غير أخلاقي، بهدف نشر ثقافة القيادة داخل المجتمع من طرف أفراد ذي قيادة عادلة، مجتنبة التفريق والتمييز، بالإضافة إلى الصدق والنزاهة، ما يحقق فردًا ملتزمًا بالمسؤولية تجاه الآخر.

ج.أخلاقيات المهنة: تتلخص أخلاقيات المهنة، في المعايير والأسس المحددة لسلوك أفراد المهنة، الواجب على الأفراد الالتزام بها، بحيث ترتبط أخلاقيات المهنة بأخلاق سليمة لا تتعارض مع المهنة الموكلة له، بل عليه بدعم روح الالتزام بالواجبات الاجتماعية وأدائها بالشكل الصحيح.

إذًا، هي تلك المبادئ والمعايير التي تدير سلوكيات الأفراد وأدائهم في الوسط المهني، بحيث تتصل هذه المبادئ، والمعايير بالتفريق ما بين الصحيح و الخطأ في موقف ونشاط مهني معين.

هـ .أخلاقيات الهياكل التنظيمية: تتمثل في مجموع القيم الثقافية والتقاليد التي تحدّد إطار عمل يتم التحديد فيه جميع السلوكيات الخاصة بالأفراد داخل العمل على المستويات المختلفة، كالعمل على تدريب الأفراد العاملين بثقافة المؤسسة وأخلاقياتها لضمان تحقيق

الفعالية؛ وهذا ما نجده في هجرة الأفراد إلى مجتمعات جديدة، حيث يتوجب على الفرد تعلم الثقافة، والقيم الخاصة بذلك المجتمع والالتزام بكافة الأعمال والسلوكيات داخل ذلك الكيان الاجتماعي.

4 - الاعتلال الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية:

أ-عند الفرد:

- **اللامبالاة**: هي صفة وسلوك سلبي لدى الأفراد، تضر بمصلحته وتؤثر على إنتاجه؛ بالتّالي، تؤثر على مصلحة المجتمع، فهي تدفع الفرد إلى السلبية وتجعله غير قادر على تحمل المسؤولية.

- **التهاون:** إنّ التهاون سبب وجيه لحدوث الأخطار وانتشار الآفات والانحرافات السلوكية داخل المجتمع، فهو ذلك القصور الذي يأتي وراء عدم العمل بدقة، وتطبيقه بالوجه الذي ينبغي أن يكون، وهذا ما يؤدي إلى انكسار البناء النفسي الأخلاقي لدى الفرد والمجتمع بأكمله.

- **العزلة:** هي تلك الحالة التي يكون فيها الفرد منعزلاً ومنفصلاً عن العالم المحيط به، على الرغم من أنّ الفرد لا يستطيع أن يعيش بمعزلٍ عن الجماعة، (فكريًّا، سلوكيًّا، تشاركيًّا..)، وهذا الانفصال التام أو الجزئي غالبًا ما يؤدي إلى حدوث اغتراب عن القيم الخاصة بالمجتمع.

ب- عند المجتمع:

- التشكيك: هي حالة عدم الثقة، والتردد في تفسير الأشياء والأحداث، وقيمة الأفراد، وعدم اتخاذ القرار، فهو يبرهن على فوضى الاختيار وعدم الالتزام وانعدام الثقة.

- التفكك: يعدّ من أخطر المعضلات الاجتماعية، فهو يؤدي إلى التدهور والانحراف، وعدم المشاركة القائمة على الفهم والانسجام والاهتمام، إذ إنّه يصيب نواة الثقافة والقيم داخل المجتمع.

- التخلي عن المسؤولية: وهي الهروب من المسؤولية والتملص منها، وعدم تحمل أي إجراءات أو خيارات، وإظهار لعدم القدرة على احتمال أعبائها من طرف الفرد والجماعة.

- 5 - دور المسؤولية الأخلاقية في بناء الفرد:

يقول مارتن لوثر: «ليست سعادة الدول بوفرة إيرادها، ولا بقوة حصونها، ولا بجمال مبانيها، وإنما سعادتها، بكثرة المهذبين من أبنائها، أو على مقدار الرجال ذوي التربية، والأخلاق فيها»، وهذا ما يدل على أن انحطَّ مجتمع من المجتمعات لا ينحطُّ إلاّ باضمحلال تلك الأخلاق من نفوس الأفراد وتحولها إلى سلوك الشرِّ والفساد، فلم ترتفع مجتمعات الحضارة الرومانية قديمًا، إلاّ بالأخلاق الكريمة، التي كانت وراء رفعتها وقوّتها في المجتمعات العربية بعد ظهور الإسلام الذي سمح في انتشار الأخلاق الحميدة وتبنيها من الأفراد وتوسعها داخل المجتمع، وهذا ما يكسب للفرد مسؤولية تحمله لكل الأفعال والتصرفات التي يقوم بها، إذ إنّ المسؤولية الأخلاقية تلزم الفرد وتبني فيه روح التحلي بالأخلاق الطيبة واحترام معتقدات الأفراد مع مراعاة المستوى الثقافي للمجتمع.

كما أنّ المسؤولية الأخلاقية تطبع على الفرد تربية أخلاقية، تهدف إلى إحداث تغيير في سلوك الأفراد، فمسألة السلوك الأخلاقي تعدّ بمثابة ركيزة أساسية يقوم عليها أي نشاط إنساني؛ فهي بمثابة القوة التي تجعل الحياة الاجتماعية منظمة من نواحيها المختلفة، فافتقاد الإنسان للسلوك الأخلاقي الطيب، ينعكس بصورة سلبية على تعامله مع الآخرين، وهذا ما تسعى المسؤولية الأخلاقية إلى محاربته داخل المجتمع عن طريق تكوين شخصية إنسانية خيرة، باعتبار الإنسان - كما قال صلى الله عليه وسلم «الإنسان يصبح مفاتيح الخير ومغاليق الشر»- يسعى لكل ما هو بنّاء للمجتمع ويعمل عليه مع نبذ جميع العراقيل وإزالتها، والتي تنعكس بصورة سلبية على المجتمع.

خـاتمة:

تعدّ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية من أهم المتغيرات التي أصبح تداولهما مهمًّا في الوسط الاجتماعي، لمضمونهما السّلوكي والقيمّي، وباعتبارهما من العناصر البناءة للمكونات الشخصية للفرد داخل المجتمع، إذ إنّ الاستثمار في شخصية الأفراد وتنميتها وفقًا لمعايير سليمة تطوّر فكره، وتُقَوِمُ سلوكه، وتنمي روح المسؤولية لديه. فيعد مكسبًا للمجتمع وللقطاعات كلّها، وما حاولت الدراسة الحالية التطرق إليه على ما يؤديه كل منهما كطرف فعّال ومهم في نجاح عملية بناء شخصية الفرد والمجتمع، من خلال تنمية روح المسؤولية الاجتماعية لديه، والتحلي بروح الجماعة، بدلاً من التمركز حول «الأنا»، مع الحرص على بناء الجانب الأخلاقي كموجه للسلوك، وتعميمها على الجماعة، لإعطاء مفهوم واضح للمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، وتغيير فكرة المصطلح على أنّه يخدم المنفعة الشخصية، ليصبح الفرد داخل مجتمعه بناءً ومتمسكًا بروابط اجتماعية، ومحافظًا على أعراف مجتمعه.

المراجع:

أوّلاً: الكتب:

1.Antonio Argandoña: Social Responsibility and ethics in organizational management, IESE Business School – University of Navarra, 2016.

2. جوان إسماعيل بكر: جودة الحياة وعلاقتها بالانتماء والقبول الاجتماعيين، د.ط، دار الحمد للنشر والتوزيع، الأردن، 2013 .

3. سيد عثمان: المسؤولية الاجتماعية والشخصية المسلمة ـ دراسة نفسية تربوية-، ط2، مكتبة الأنجلو المصرية، 1986.

4. طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، ط4، دار وائل للنشر، الأردن، 2019 .

5. ماجد عرسان: اتجاهات معاصرة في التربية الأخلاقية، د.ط، سلسلة بحوث التعليم الإسلامي، مكة المكرمة، 1991 .

6. محمد السيد طراد: سبيل الآباء في تربية الأبناء، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، 2011 .

7. محمد الصيرفي: بحوث إدارية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2006 .

8. محمد عثمان نجاتي: الحديث النبوي وعلم النفس، د.ط، دار الشروق للنشر، بيروت، 2002 .

9. مدحت محمد أبو ناصر: الأداء الإداري المتميز، ط1، المجموعة العربية للنشر، مصر، 2008.

10. مقداد يالجن: علم الأخلاقية الإسلامية، ط2، دار عالم الكتب للطابعة والنشر والتوزيع، الرياض، 2003 .

11. منال محمد عباس: المسؤولية الاجتماعية بين الشراكة وآفاق التنمية، د.ط، دار المعرفة الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2014 .

12. ناصر جرادات وعزام أبو الحمام: المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمؤسسات، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013 .

ثانيًا: الرسائل والمذكرات:

1. قاسم جميل محمد محمود: فعالية برنامج إرشادي لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، 2008 .

2. مقدم وهيبة: تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية –دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري-، رسالة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران (الجزائر)، 2013/2014 .

3. ميسون محمد عبد القادر: التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض التغيرات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية التربية علم النفس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2019 .

ثالثًا: المقالات:

1. أشرف محمد: برنامج مقترح باستخدام الأنشطة التربوية للتنمية سلوك المسؤولية الاجتماعية لدى أطفال مرحلة ما قبل المدرسة، مجلة دراسات عربية في علم النفس، العدد 03، المجلد 02، 2003 .

2. حمادي بلقاسم وبكوش كريمة: أثر المسؤولية الأخلاقية كبعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية على رضا الزبون في البنوك التجارية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 35، المجلد 11، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2018 .

رابعًا: أشغال الملتقيات:

.1 طاهر محسن منصور الغالبي وصالح مهدي محسن العامري: المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات -دراسة تطبيقية لعينة من المصاريف الأردنية-، المؤتمر العربي الثاني للإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2010 .

.2 عبد الرزاق لخضر مولاي: دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز مبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، الملتقى الدولي حول الاقتصاد الإسلامي الواقع ورهانات المستقبل، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي غرداية.

.3 عجيلة محمد وشنيني عبد الرحيم: فعالية محاسبة المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال –مفاهيم وأسس-، الملتقى الدولي الثالث بعنوان منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بشار، 2012 .

.4 العيداني إلياس وعلي عبد الله: المؤسسة المعاصرة بين إشكالية الوصول للأهداف الاستراتيجية وتحقيق المسؤولية الاجتماعية في ظل التحديات الراهنة، الملتقى الدولي الثالث حول المؤسسات والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار(الجزائر)، فيفري 2014 .

خامسًا: المواقع الإلكترونية:

.1 أبو إيهاب: التربية الأخلاقية، متوفر علىhttp://mbagroup.ibda3.org :، تاريخ الإطلاع: 25/09/2021، على الساعة: 20:28 .

.2 هاجر: اللامبالاة وطرق التخلص منها، متوفر على/https://www.almrsal.com :، تاريخ النشر: 03 يوليو 2017، تاريخ الإطلاع: 24/09/2021، على الساعة 08:46 .

انتهاكات البيئة الرقمية ومخالفتها الجريمة الرقمية و المسؤولية الاجتماعية بين السلبية والإيجابية

د. فيصل كامل نجم الدين

كلية الخوارزمي الدولية – الإمارات

Abstract :

Social networking sites are a fertile field for information crime because they represent the heart of the information revolution, and its impact on a wide audience of Internet users, represented by Internet crimes and social networks in the Arab world, including information and Internet crimes. This violator seriously damages the right of individuals and institutions, and even the countries themselves. The national security system of any of the countries may be penetrated by any of the electronic criminals (saboteur or information criminal), for example. In addition, cybercrime comes in various forms and classifications, and the cybercriminal has special characteristics that differ from those of the ordinary criminal..

مقدمة:

أهمية الدراسة:

أصبح ضرر الجريمة الرّقمية أو الجريمة المعلوماتية واسعًا بفضل انتشار شبكة الأنترنت من عمل تخريبي أو اختراق صفحات مؤسسات؛ وأسباب ذلك هو نيل الشهرة السريعة أو الغنى السريع، وهم في غالبية الشباب الحديثي العهد بالبيئة الرقمية والحسابات أو الحواسيب الآلية؛ ولم يكن لديهم ميل لارتكاب الأفعال غير المشروعة أي أنه مجرد هاوٍ، انعكس في هذا البحث مدى خطورة هذا الفعل وما هي أفضل الوسائل لمواجهته.

مشكلة البحث:

ينشأ الإجرام الرقمي أو المعلوماتي من التطبيقات الحديثة التي انتشرت في كلّ مكان، وبمعنى آخر يكفي أن يقوم المجرم المعلوماتي بالتلاعب في بيانات وبرامج الحاسوب لكي يمحو هذه البيانات أن يعطّل استخدام البرامج، وليس عليه سوى أن يلجأ إلى زرع تطبيق أو الفيروسات في هذه البرامج أو باستخدام القنابل الزمنية أو برامج الدودة لكي يشل حركة النظام المعلوماتي، ويجعله غير قادر على القيام بوظائفه الطبيعية.

تساؤلات البحث:

1 - إلى أي مدى البيئة الرقمية آمنة؟

2 - الأنترنت في تطور مستمر، ما الحل عندما يكون المجرم الرقمي متطورًا كذلك البيئة الرقمية متطورة؟

3 - ما الوسائل الفعالة لمواجهة أي تخريب أو حذف بيانات.

4 - هل من الممكن استرجاع البيانات عند فقدانها في البيئة الرقمية.

أهداف الدراسة:

1 - توعية القارئ بأنّ البيئة الرقمية ليست آمنة.

2 - تطوير مستخدمي شبكة الأنترنت ومجاراة التحديثات السريعة على مواقع التواصل.

3 - التنبيه إلى ثقافة القرصنة التي أخذت في الانتشار في الآونة الأخيرة.

المجرم الرّقمي أو المعلوماتي:

إنّ الشخص الذي يرتكب الفعل الإجرامي المعلوماتي، ليس كالمجرم العادي الذي يرتكب جريمة القتل أو السرقة العادية، فهو مختلف تمام إذ يتميز بصفات خاصة أوّلا، وأسباب مختلفة تدفعه إلى ارتكاب هذا النوع من الجرائم ثانيًا.

أوّلا: صفات المجرم الرّقمي أو المعلوماتي.

إذا كان المجرم المعلوماتي يرتكب جرائمه وهو يمارس وظيفته في مجال الحاسوب، فلا بدّ وأن يكون إنسانًا اجتماعيًّا ويقوم بواجباته ويمارس حقوقه الاجتماعية والسياسية

دون وجود أي عائق في حياته العملية، وأيضا لا بد أن يكون الشخص الذي ترتكب جريمته المعلوماتية إنسانًا محترفًا يتمتع بقدر كبير من الذكاء.

أ ـ المجرم المعلوماتي:

يختلف الإجرام المعلوماتي عن الإجرام العادي الذي يميل عادة إلى العنف، مع ذلك إذا كانت الجرائم المقصود وقوعها في بيئة النظام المعلوماتي تتفق أحيانًا مع الإجرام التقليدي، إلّا أنّ الإجرام المعلوماتي ينشأ من تقنيات التدبير الناعمة، بمعنى آخر يكفي أن يقوم المجرم المعلوماتي بالتلاعب في بيانات وبرامج الحاسوب لكي يمحو هذه البيانات أن يعطّل استخدام البرامج، وليس عليه سوى أن يلجأ إلى زرع الفيروسات في هذه البرامج أو باستخدام القنابل الزمنية أو برامج الدودة لكي يشل حركة النظام المعلوماتي، ويجعله غير قادر على القيام بوظائفه الطبيعية. قد يصل الأمر إلى حد احتراف الإجرام ممّا يشكل خطرًا كبيرًا على المجتمع سواء كان فردًا أو جماعة منظمة أو غير ذلك.[8]

ب ـ الشباب الحديثي العهد بالتكنولوجيا المعلوماتية.

هم الشباب الذين انبهروا بالثروة المعلوماتية وانتشار الحواسيب؛ لذلك، كان أولئك الشباب يرتكبون الجرائم المعلوماتية عن طريق استخدام الحواسب الخاصة بهم. وهذه الطبقة من الشباب لديها قدر لا بأس به من الخبرة المعلوماتية، ثم يمارسون مواهبهم في استخدام الحاسوب بغرض اللهو أو هواية اللّعب من أجل الوصول إلى نظم المعلوماتية سواء الخاصة بالوزارات الخاصة، أو الشركات العملاقة، أو الشركات التجارية، أو المؤسسات المصرفية، والبرامج العسكرية.... وقد يتطور الأمر بالنسبة إلى هذه الفئة من الشباب بخاصة إذا كان بينهم من لديه علم ومعرفة بعملية البرمجة.

ومع ذلك، فهؤلاء الشباب تكون غايتها مجرد التسلية والملاحظة، وليس لديهم النية في ارتكاب أفعال الجريمة المعلوماتية، ومع ذلك خطر انزلاق هذه الفئة إلى احتراف الأفعال غير المشروعة، وارتكاب الجرائم المعلوماتية هو احتمال كبير وقائم، وعندئذ يتحول من مجرد هاوٍ إلى محترف.[9]

ج ـ الأشخاص المحترفون في ارتكاب الجريمة المعلوماتية.

هؤلاء الأشخاص الذين يحترفون ارتكاب الجريمة المعلوماتية تتراوح أعمارهم ما بين 25 إلى 45 سنة. ومرحلة السنة الأولى تمثل الشباب الحديثي العهد بالمعلوماتية

والحسابات أو الحواسيب الآلية، ولم يكن لديهم ميل لارتكاب الأفعال غير المشروعة أي أنه مجرد هاوٍ؛ أمّا المرحلة الثانية فهي تمثل نضوج هؤلاء الشباب ويتزامن هذا النضوج مع تزايد انتشار الوسائل المعلوماتية، وتكون ثورة قد وصلت مرحلة لا بأس بها من التقدم التكنولوجي. من ثم يتحول من مجرد هاوٍ إلى مجرم محترف في استخدام المعلوميات واحتراف ارتكاب الأفعال غير المشروعة.

وغالبا، ما يتمّ ارتكاب الجرائم المعلوماتية في هذه المرحلة من هؤلاء الأشخاص، وهم يعملون في نوادٍ ما أو في منشأة أو في إطار نظم معلوماتية أي أنهم مسؤولون عن الأنظمة المعلوماتية، إذ يعرفون التقنيات اللازمة للتلاعب بالحواسيب، ومن ثم يقومون بتنفيذ أفعالهم غير المشروعة.

ثانيًا: أسباب انتشار الإجرام في البيئة الرقمية

إنّ أهم ما يتميز به الإجرام الملعوماتي عن الإجرام التقليدي هو وجود تقنية المعلوماتية وثورة المعلومات التي تلقي بظلالها على أنموذج الجريمة المعلوماتية حتى أنّ أسباب انتشار الإجرام المعلوماتي يتأثر بهذه الثورة؛ وإذا كانت الأنماط المختلفة للمجرم المعلوماتي تكشف عن انتشار هؤلاء المجرمين عند ارتكابهم الجريمة المعلوماتية في غرض واحد هو مجرد الهواية واللهو نتيجة انبهارهم بثورة المعلومات، ثم من ناحية أخرى قد يكون الهدف هو تحقيق الثراء السريع أو إحدى الأسباب الشخصية.

أ: الانبهار بالتقنية المعلوماتية.

مع ظهور التقنية المعلوماتية وانتشارها في المجتمعات الحديثة سواء تعلّق الأمر بالمعلومات أو الحواسيب، فأنّ الأمر في النهاية يؤدي إلى انبهار المجرمين بهذه التقنية الحديثة؛ لذلك، فأنّ هؤلاء ليسوا على جانب كبير من الخطورة، وإنّما هم غالبًا يفضلون تحقيق انتصارات تقنية من دون أن يتوافر لديهم أية نوايا سيئة؛ ونعطي مثلا على ذلك، ما نشر في مجلة Expresse الفرنسية في 1983 قصة بعنوان «ميلاد نزعة».[10]

وتدور أحداث هذه القصة في أنّ عامل طلاء مباني قد توجه إلى أحد البنوك لإيداع شيك خاص به، وتزامن ذلك لحظة مشاهدته مشكلة في الماكينة الآلية للنقود، حيث شاهد مستخدم صيانة الأجهزة الآلية، وهو يقوم باستخراج النقود من الآلة، عند الطلب عن طريق استخدام بطاقة خاصة؛ وقد أحدث هذا الابتكار للآلة تصدعًا في الحياة العادية لعامل الطلاء، وقد حرص هذا الأخير على التدريب على تقنية الحاسوب لمدة عامين،

ثم قام بالسطو على صانع الماكينات الآلية للنقود، وقد تمكن هذا العامل بفضل الآلة المسروقة من التوصل إلى أسلوب مطالعة السحب، وألقي القبض عليه قبل أن يستفيد من نزعته المستحدثة.[11]

ب ـ الرّغبة في تحقيق الثراء السريع.

قد تدفع الحاجة البعض إلى تحقيق الثراء السريع عن طريق إتاحة الاطلاع على معلومات معينة أساسية وذات أهمية خاصة لمن يطلبها؛ لذلك، تتعدد الأساليب اللازمة للوصول إلى هذا الهدف المنشود؛ لذلك، فأنّ هذا السبب يعدّ من أكثر الأسباب التي تدفع إلى انتشار الإجرام المعلوماتي، تبرز الحاجة إلى تحقيق الكسب السريع نتيجة وقوع البعض تحت ضغوط معينة (مشاكل مالية، الديون، إدمان المخدرات...) مثالاً ذلك، استيلاء مبرمج يعمل لدى إحدى الشركات الألمانية على اثنين وعشرين شريطًا تحتوي على معلومات بخصوص عملاء إنتاج الشركة، وقد هدّد السارق ببيعها للشركة المنافسة ما لم تدفع له فدية بمقدار 200000 دولار، وقامت الشركة بتحليل الموقف ففضلت الأداء مقابل استرداد الشرائط الممغنطة حيث أنّ قيمتها تفوق المبلغ المطلوب.[12]

ج ـ الأسباب الشخصية.

يتأثّر الإنسان في بعض الأحيان ببعض المؤثرات الخارجية التي تحيط به، ونتيجة لوجوده في بيئة المعالجة الآلية للمعلومات، مع توفر هذه المؤتمرات، فأنّ الأمر يؤول في النهاية إلى ارتكابه للجريمة المعلوماتية، هذا وتتعدد المؤثرات التي تدفع الإنسان إلى اقتراف مثل هذا السلوك سواء كان ذلك بدافع اللهو أو الحقد أو الانتقام، أو الرغبة في التطور السريع.

ومع انتشار المعلوماتية ووسائلها المختلفة، تبدأ الرغبة لدى الشباب نحو العبث بالأنظمة المعلوماتية من أجل ممارسة هواية اللّعب أو تحدٍّ لإثبات الذات، أو تعود إلى وجود ميل زائد لدى البعض بأنّ الاعتقاد أنّ كل شيء يرجع إليهم وتأثرهم بمقولة أنّ المستقبل للشباب وهم الذين يبنون المستقبل، إذًا، تلك تمثل آفة نفسية تصيبهم ويتفاخرون بما قاموا به من جرائم، ليظهروا تفوّقهم على الأنظمة المعلوماتية؛ وقد يكون الدافع نحو ارتكاب الجريمة المعلوماتية هو عامل الانتقام أو إثبات الذات، وذلك عندما يتمّ فصل العامل من عمله فأنّ ذلك من شأنه أن يهيئ له المناخ لجريمته، كان يدمر البرامج المعلوماتية بالفيروسات عن طريق زرعها أو القنابل المنطقية التي تنشأ عنها أضرارًا.

ضحايا البيئة الرقمية:

يمكن القول أنّ ذيوع المعارف التكنولوجية نتيجة لثورة المعلومات ترتب عنه انتشارًا كبيرًا للوسائل المعلوماتية في جميع الأنشطة سواء الاقتصادية، الاجتماعية، العسكرية أو المؤسسات المالية والتجارية في الدولة.

ولمّا كانت الجرائم المعلوماتية تنصب أساسًا على المعلومات سواء عن طريق بيعها أو مقايضتها أو إتلافها، وتتمثل المعلومات العسكرية محل الاعتداء على أسرار الدولة والمشروعات العامة، وكلّ ما يمس الأمن القومي لهذه الدول، وتتمثل المعلومات المالية فيما يتعلق بالمراكز الإدارية والمالية والاستثمارات في المنشآت العامة، ويتبين رد فعل ضحايا الإجرام المعلوماتي ما بين السكوت وعدم الكشف عن أنّهم وقعوا ضحية للأفعال غير المشروعة وذلك حفاظًا على سمعتهم.

فالجرائم المعلوماتية لا عنف فيها، ولا آثار اقتحام لسرقة الأموال، وإنّما هي أرقام وبيانات تتغير أو تمحى من السجلات المخزنة في ذاكرة الحاسوب وليس لها أي أثر خارجي مرئي، بمعنى آخر فأنّ جرائم المعلوماتية هي جرائم فنية تتطلب من المجرم مهارات لا تتوفر في الشخص العادي تتطلب تقنية معينة في مجال الحاسوب، إذًا، هي جريمة هادئة لا تتطلب العنف، على الرّغم من ذلك فأنّ البعض يشبه هذه الجرائم بجرائم العنف، مثل ما ذهب إليه مكتب التحقيقات الفيدرالي في الولايات المتحدة نظرًا للتماثل دوافع المعتدين على نظم الحاسوب مع مرتكبي العنف. [13]

فإذا تم اكتشاف الجريمة المعلوماتية، فغالبًا لا يكون إلا بمحض الصدفة نظرًا لعدم وجود أثر كتابي لما يجري خلال تنفيذها من عمليات حيث يتم بالنبضات الإلكترونية نقل المعلومات؛ ولذلك، يستطيع الجاني تدمير دليل الإدانة في أقل من ثانية إلى جانب إمكانية ارتكابها عبر الدول والقارات المختلفة، وذلك باستخدام شبكات الاتصال من دون تحمل عناء الانتقال وإلى جانب ذلك الرّغبة في استقرار حركة المعاملات ومحاولة أسلوب ارتكاب الجريمة حتى لا يتم تقليدها من جانب الآخرين.

فكل –هذه الأسباب- تدفع المجني عليه في الجرائم المعلوماتية إلى الإحجام عن مساعدة السلطات المختصة في إثبات الجريمة والكشف عنها.

وحتى في حالة الإبلاغ، فأنّ المجني عليه لا يتعاون مع جهات التحقيق خوفًا ممّا يترتب عليه من دعاية مضرة وضياع ثقة المساهمين، حيث يكون المجني عليه عادة

بنكًا أو مؤسسة مالية أو مشروع صناعي ضخم يهمه المحافظة على ثقة عملائه وعدم اهتزاز سمعته أكثر من اهتمامه بالكشف عن الجريمة ومرتكبها، ولذلك يفضل المجني عليه تقديم ترضية سريعة لعمليه وينهي الأمر داخليًا حتى لا يفقده.

وأيضًا هناك جرائم معلوماتية لا تقلّ خطرًا من الاعتداء على مواقع البنوك أو المؤسسات الحساسة أو المنشآت الصناعية الكبرى وهي جرائم المعلوماتية التي تقع في مواقع التواصل الاجتماعي، بخاصة تلك الجرائم التي تمس السلام الاجتماعي أو النسيج الاجتماعي، حيث تتميز برامج التواصل الاجتماعي بالسرعة في الانتشار، وأيضًا التفاعل الكبير بين مستخدمي هذه البرامج ليس على مستوى دولة معينة فحسب، بل على مستوى العالم حيث تتخطى الحواجز الجغرافية، والتعقيدات الإلكترونية التي تصاحب الحواسيب حيث من الممكن أن تقع الجريمة المعلوماتية من خلال الهاتف المحمول من خلال تحميل صور خاصة أو انتشار أخبار كاذبة (الإشاعة)، أو التعدي على خصوصية الآخرين، أو انتحال شخصيات لها دورها في المجتمع، أو التحريض أو التشجيع على الكراهية والتمييز.[14]

المسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي:

تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي ميدانًا خصبًا للجريمة المعلوماتية لأنها تمثل قلب الثورة المعلوماتية والهياج الإلكتروني، وتأثيره على جمهور عريض من مستخدمي شبكة الأنترنت، ممثلاً في جرائم الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي، والتي منها جرائم المعلوماتية والأنترنت.

وقد انتشرت جرائم المعلوماتية والأنترنت بشكل نسبي، وترتَّبت على هذه المخالفة أضرار بالغة في حق الأفراد والمؤسسات، بل والدول ذاتها، فمنظومة الأمن القومي لأي من الدول قد يخترقها أي من المُجرِمين الإلكترونيين كالهاكرز(مخرب أو مجرم معلوماتي) مثلاً، فالأمر لا يحتاج أكثر من شخص اعتاد المخالفات الإلكترونية، لكي يقوم باختراق مواقع الجهات المالية، والاطلاع على أسرارها وخصوصياتها؛ فضلاً عن ذلك، فالجرائم الإلكترونية تأتي على أشكال وتصنيفات متنوعة، وممكن أن تكون الجريمة المعلوماتية اجتماعية، فمثلاً قد تكون رسائل نصيّة تحمل قدرًا كبيرًا من السخرية والتهكم على فئة من المجتمع أو كثرة النكات عليها، ومع مرور الزمن يحدث الشرخ الاجتماعي والتمييز، كما أنّ المجرم الإلكتروني له صفات خاصة تختلف عن

تلك التي يتصف بها المجرم العادي.

الجدير بالذكر أنّ المخالفات أو الجريمة الإلكترونية، هي ظاهرة إجرامية جديدة ومستجدَّة تقرعُ في جنباتِها أجراس الخطر؛ لتنبِّه مجتمعات العصر الراهن لحجم المخاطر، وهول الخسائر الناجمة عن جريمة الحاسب الآلي أو عن طريق الهاتف المحمول، التي تستهدف الاعتداء على المعطيات بدلالتها التقنية الواسعة، فجريمة الحاسب الآلي جريمة تقنية، تنشأ في الخفاء، يقترفها مجرمون أذكياء، يمتلكون أدوات المعرفة التقنية، توجه للنيل من الحق في المعلومات، وتطال اعتداءاتها معطيات الحاسب المخزنة والمعلومات المنقولة عبر نظم وشبكات المعلومات.

هذه المعطيات هي موضوع هذه الجريمة وتمس الحياة الخاصة للأفراد، وتهدِّد الأمن القومي والسيادة الوطنية، وتشيع فقدان الثقة بالتقنية، وتهدد إبداع العقل البشري؛ لذا، فأنّ إدراك ماهية الجرائم الإلكترونية مَنُوط بتحليل وجهة نظر الدارسين لتعريفها، والاصطلاحات الدالة عليها، واختيار أكثرها اتفاقًا مع الطبيعة الموضوعية لهذه الجرائم، وإظهار موضوعها وخصائصها ومخاطرها، وحجم الخسائر الناجمة عنها، وسمات مرتكبيها ودوافعهم.

إنّ وسائل الاتصال لم تخترع الجريمة، بل كانت ضحية لها في معظم الأحوال؛ حيث إنّ هذه الوسائل تعرضت لسوء الاستغلال من قبل الكثيرين، ومن الثابت أيضًا أنّ المجرمين وظَّفوا الاتصال تاريخيًّا لخدمة النشاطات الإجرامية التي يقومون بها، حيث القصص الإجرامية المنتشرة في فضاءات الشبكة العنكبوتية أسهمت في تطور الجريمة الإلكترونية، لأنّ المجرم سيستفيد من تجارب المجرمين السابقين ويقوم بتطوير الطريقة التي سينفذ بها جريمته.

ويؤكد الكثير من رجال القانون على ضرورة إنشاء محكمة إلكترونية لسد الفجوة القانونية التي أحدثها التطور التكنولوجي الهائل في السنوات الأخيرة، فهناك جرائم ترتكب، وحرمات تنتهك، وحقوق تُسلَب على شبكة الأنترنت من دون رقابة قانونية تذكر؛ والسبب في ذلك عدم وجود قانون دولي رادع يلاحق هواة الإجرام الإلكتروني، ويحاكمهم أمام محاكم دولية، إلا أنّ ذلك ليس من الأمور البعيدة التي يمكن أن تشق طريقها إلى التطبيق العملي في المستقبل القريب.

وغني عن البيان، أنّ الدول العربية ليست بعيدة عن مرمى الجرائم الإلكترونية، ذلك

أنّ هذه الجرائم لم تترك بلدًا من بلاد العالم إلا واخترقته، ونالت من أهداف محددة فيه، فالسعودية، والإمارات، وسلطنة عمان، والكويت، وفلسطين وغيرهم من الدول العربية بادروا إلى وضع تشريعات إلكترونية لمواجهة الجرائم المعلوماتية.

ونظرًا إلى سهولة حركة المعلومات في مجال أنظمة تقنية المعلومات بالإمكان ارتكاب جريمة عن طريق حاسب موجود في دولة معينة، بينما يتحقق نتيجة هذا الفعل الإجرامي في دولة أخرى، وهو الأمر الذي استلزم ضرورة وجود تعاون دولي محكم في مجال مكافحة هذا النوع من الجرائم، ولأجل توفير حماية حقيقية لأنظمة الاتصالات.

إيجابيات البيئة الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي:

على الرغم من ذلك، فأنّ الشبكات الاجتماعية تتميز عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بميزات عديدة، من أبرزها:

• إنّ هدف المواقع الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، وتتفق لغتهم التقنية.

• إنّ الاجتماع يكون على وحدة الهدف سواء التعارف أو التعاون أو التشاور أو لمجرد الترفيه فقط وتكوين علاقات جديدة، أو حب الاستطلاع والاكتشاف.

• إنّ الشخص في هذا المجتمع عضو فاعل أي أنه يرسل، ويستقبل، ويقرأ، ويكتب، ويشارك، ويسمع، ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع والاطلاع فقط، ودور صاحب الموقع في هذه الشبكات دور الرقيب فقط، أي الاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي.

• إنّ المواقع التفاعلية تصنّف أعضاءها بحسب المهنة أو الجامعة أو الموقع الجغرافي أو اهتمامات أفراد المجموعة مثالاً لذلك موقع لينكد أن أو منتديات كورة عالمية أو تويتر.

كما تتميز الشبكات الاجتماعية عن غيرها بميزات عديدة، منها:

1- العالمية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحطم فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.

2- التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي

تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم - التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزًا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

3- التنوع وتعدد الاستعمالات، فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.

4- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة إلى الحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

5- في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرًا على أصحاب الأموال، أو حكرًا على جماعة دون أخرى. [16]

إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

بما أنّ لكل شيء إيجابيات وسلبيات، فأنّ شبكات التواصل الاجتماعي كذلك لها إيجابياتها وسلبياتها، حيث تضاربت الآراء مع قبول انتشار المواقع الاجتماعية على الشبكة العالمية العنكبوتية (الأنترنت) ورفضها، معتمدًا ذلك على دراسات وبحوث أقامها العديد من الباحثين الاجتماعيين والأطباء في مجال علم النفس والطب أيضًا، حيث استنتجوا من خلالها أنّ هناك العديد من التأثيرات السلبية التي تنتج من الإدمان عليها، لاسيما تلك العوارض النفسية وهي الانعزال في غرفة واحدة أمام شاشة، وإن كانت صغيرة، ولكنها تضع العالم بأكمله بين يدي المستخدمين وبسهولة كبيرة يصل إلى حيث يشاء، فأنها وبحسب آراء بعض الأطباء النفسيين هي حالة السكون والخمول لأنّ الشخص عندما يقوم بذلك فهو سيفقد متعة الحياة من مغامرة وتشويق وتعارف مباشر واطلاع أقرب وتجارب أكبر. [18]

سلبيات جرائم البيئة الرقمية والتواصل الاجتماعي :

ينص القانون الاتحادي رقم 5 لعام 2012 لمكافحة الجرائم الإلكترونية في دولة الإمارات على العديد من الانتهاكات التي يعاقب عليها بالسجن أو الغرامة أو.. وفيما يلي قائمة بأكثر هذه الانتهاكات شيوعًا بحسب:

1- الشتم أو الإهانة أو اتهام شخص آخر بما يعرضه للازدراء من قبل الآخرين.

العقوبة: السجن وغرامة لا تقل عن 250 ألف درهم ولا تتجاوز 500 ألف درهم. أو

إحدى هاتين العقوبتين.

2- انتهاك خصوصية أي شخص عن طريق التنصت أو التسجيل أو نقل أو الكشف عن المحادثات بالصوت والصورة.

العقوبة: السجن لمدة لا تقل عن 6 أشهر وغرامة مالية لا تقل عن 150 ألف درهم ولا تتجاوز 500 ألف درهم. أو إحدى هاتين العقوبتين.

3- تصوير شخص أو التقاط أو نقل أو حفظ الصور على الأجهزة الإلكترونية دون إذن صاحبها.

العقوبة: السجن لمدة لا تقل عن ستة أشهر وغرامة لا تقل عن 150 ألف درهم ولا تزيد عن 500 ألف درهم. أو إحدى هاتين العقوبتين.[19]

4- نشر الأخبار والصور الإلكترونية والمشاهد والتعليقات بصورة غير مشروعة حتى لو كانت حقيقية وصحيحة.

العقوبة: السجن لمدة لا تقل عن ستة أشهر وغرامة لا تقل عن 150 ألف درهم ولا تزيد عن 500 ألف درهم. أو إحدى هاتين العقوبتين.

5- الحصول على البيانات التي تتعلق بالفحوص الطبية والتشخيص والعلاج والرعاية والسجلات الطبية أو حيازتها أو التعديل عليها أو تدميرها دون إذن صاحبها.

العقوبة: السجن المؤقت.

6- ابتزاز أو تهديد شخص لإجباره على ارتكاب جناية أو التورط في المسائل المخلة بالشرف أو الآداب العامة.

العقوبة: السجن لمدة تصل إلى 10 سنوات.

7- إنشاء وإدارة وتشغيل مواقع على شبكة الأنترنت أو نقل إو إعادة نشر المواد الإباحية أو النشاطات المتعلقة بالقمار.

العقوبة: السجن وغرامة لا تقل عن 250 ألف درهم ولا تتعدى 500 ألف درهم أو إحدى هاتين العقوبتين.

8- الإغراء أو المساعدة أو تحريض شخص آخر على ممارسة البغاء أو الفجور.

العقوبة: السجن وغرامة لا تقل عن 250 ألف درهم ولا تتعدى مليون درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين.

9- الإفصاح دون إذن عن معلومات سرية تم الحصول عليها في أثناء العمل.

العقوبة: السجن لمدة لا تقل عن 6 أشهر وغرامة مالية لا تقل عن 500 ألف درهم ولا تزيد عن مليون درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين.

10- إنشاء و إدارة أو تشغيل موقع على شبكة الأنترنت أو نشر معلومات لصالح مجموعة أو جمعية أو منظمة أو هيئة غير مصرح بها بقصد تسهيل التواصل مع قادتها وأفرادها أو جذب أعضاء جدد أو تعزيز وامتداح أفكارها وتمويل أنشطتها أو توفير المساعدة الفعلية لتصنيع الأجهزة الحارقة أو أي مواد و أجهزة أخرى تستخدم في الأعمال الممنوعة.

العقوبة: السجن لمدة لا تقل عن 5 سنوات وغرامة مالية لا تقل عن مليون درهم ولا تزيد عن 2 مليون درهم.

وتنص المادة 42 من القانون أيضًا على أنّه يجوز للمحكمة أن تقرر ترحيل الوافدين بموجب الأحكام المختلفة إذا اقتضى الأمر.[20]

مكافحة انتهاكات البيئة الرقمية ومخالفاتها:

إنّ مكافحة الجرائم المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات التي باتت في مظهرها وتجلياتها الحديثة لن تكون مجدية إلّا إذا كان هناك تعاون وتآزر دوليين على أكبر قدر من التنسيق؛ ومن هنا، بدأت بعض الأصوات ترتفع للمطالبة بضرورة سن قوانين لحماية المعلومات على الشبكات؛ بالإضافة إلى إدراك الدول والحكومات حجم المخاطر التي تزداد معها جرائم الأنترنت، فأنشئت جهات رسمية لمكافحة هذه الجرائم، وسنّت قوانين لحماية شبكة المعلومات، ومن بين هذه الدول المغرب.

بالإضافة إلى أنّ وعي هذه الدول بمدى خطورة هذه الجرائم العابرة للحدود كان نتيجة لإبرام اتفاقيات ومعاهدات دولية عديدة، في مجال مكافحة هذه الجرائم التي باتت تهددها، بخاصة مع ازدياد استعمال التكنولوجيا الحديثة يومًا بعد يوم.

المعاهدات الدولية في مكافحة الجريمة المعلوماتية :

تعدّ المعاهدات الدولية هي الأساس الذي يرتكز عليه التعاون الدولي في مجال مكافحة

الجرائم الإلكترونية، وقد تم عقد العديد من المعاهدات التي تعمل على التعاون الدولي في مجال مكافحة الجرائم الإلكترونية، ومن تلك المعاهدات معاهدة بودابيست والمعاهدة الأوروبية، معاهدة برن، معاهدة تريبس. [21]

معاهدة بودابيست لمكافحة جرائم الأنترنت:

شهدت العاصمة المجرية بودابيست في أواخر عام 2001 ميلاد، أولى المعاهدات الدولية التي تكافح جرائم الأنترنت، وتبلور التعاون والتضامن الدولي في محاربتها، ومحاولة الحد منها بخاصة بعد أن وصلت تلك الجرائم إلى حد خطير أصبح يهدد الأشخاص والممتلكات.

وبعد التوقيع على تلك المعاهدة الدولية، التي تهدف إلى توحيد الجهود الدولية في مجال مكافحة جرائم الأنترنت والتي انتقلت من مرحلة ابتدائية كانت تتمثل في محاولات التسلل البريئة التي كان يقوم بها هواة في غالبية الحالات، ومن دون أي غرض إجرامي إلى مرحلة جديدة يقوم بها محترفون على أعلى درجة من التخصص، وتتمثل في الاحتيال والاختلاس وجرائم تهديد الحياة، وهي قضايا تعرض حياة الكثير من رواد شبكة الأنترنت وممتلكاتهم للخطر، هو الخطوة الأولى في مجال تكوين تضامن دولي مناهض لتلك الجرائم التي تتم على شبكة الأنترنت، واستخدامها الاستخدام الأسوأ ويعد التوقيع على تلك الإتفاقية- من المسؤولين في الدول الأوروبية بالإضافة إلى أمريكا واليابان وكندا وجنوب افريقيا، هو نتاج مباحثات ومفاوضات استغرقت أكثر من أربعة أعوام حتى يتم التوصل إلى الصيغة النهائية المناسبة لتلك الاتفاقية حتى يتم التوقيع عليها من جميع الأطراف من دون أن تجد أي اعتراض من أي منهم، بل على العكس، لتجد القبول من أطراف جدد ليتم توسيع دائرة الدول التي توافق على الانضمام إلى تلك الاتفاقية، ويتم توسيع الاتحاد الدولي والتضامن الدولي في مجال مكافحة جرائم الأنترنت. [22]

وعليه، فالتعاون الدولي أمر هام جدا في مجال مكافحة جرائم الأنترنت، ومن دون هذا التعاون الدولي لن يكون هناك أي أثر لأي مجهود تقوم به أي من الدول بمفردها نظرًا إلى أنّه سيكون عديم الفائدة وبلا أثر تقريبًا، ولن يؤدي إلى الحد من ارتكاب تلك الجرائم التي تكون في غالبية الحالات جرائم عابرة للحدود.

ومن جهة أخرى، فإنّ الجرائم التقليدية التي تتم عبر الأنترنت مثل النصب والاحتيال

والاختلاس وانتهاك حقوق الملكية الفكرية، فهي أيضًا من الجرائم التي يمكن مواجهتها بصفة فردية كل دولة على حدة، بل أنّ تلك الجرائم أيضًا تحتاج إلى التعاون الدولي ليكون في الإمكان مكافحتها، والعقاب على ما اقترفت أيديهم من ارتكابها، وملاحقة مرتكبيها وضبطهم لينالوا العقاب على ما اقترفت أيديهم، فوضع قوانين تحمي الملكية الفكرية في كل دولة على حدة لا يكفي بأي حال من الأحوال للمحافظة على تلك الحقوق، وإنّما التعاون الدولي في تطبيق تلك القوانين هو الطريق الوحيد ليتم احترام مثل تلك الحقوق التي تجد دائمًا من ينتهكها أو على الأقل من يحاول انتهاكها.

وقد كان الخلاف الوحيد فيما بين الدول الموقعة على الاتفاقية هو مجال محاربة العنصرية، فالدول الأوروبية تعتبر أنّ التحريض على الكراهية العنصرية هي جريمة، ومن المعروف أنّ هذه الجريمة يعاقب عليها القانون الدولي.

المعاهدة الأوروبية لمكافحة جرائم الأنترنت.

وقعت اللجنة الخاصة المعنية بقضايا الجريمة بتكليف من المجلس الأوروبي على المسودة النهائية لمعاهدة شاملة تهدف لمساعدة البلدان في مكافحة جرائم الأنترنت وسط انتقادات من دعاة حماية الحرية الشخصية، وبعد أن يتم المصادقة عليها من قبل رئاسة المجلس وتوقيعها من قبل البلدان المعنية ستلزم الاتفاقية الدول الموقعة عليها بسن الحد الأدنى من القوانين الضرورية للتعامل مع جرائم التقنية العالية، بما في ذلك الدخول غير المصرح به إلى شبكة ما، والتلاعب بالبيانات وجرائم الاحتيال والتزوير التي لها صلة بالكومبيوتر وصور القاصرين الإباحية وانتهاكات حقوق النسخ الرقمي.

وتتضمن بنود المعاهدة التي تم تعديل مسودتها 27 مرة قبل الموافقة عليها فقرات تكفل للحكومات حق المراقبة وتلزم الدول بمساعدة بعضها البعض في جمع الأدلة وفرض القانون.[23]

معاهدة بيرن لحماية المصنفات الأدبية والفنية :

تعدّ معاهدة برن التي تم التوقيع عليها في عام 1971 في سويسرا هي حجر الأساس في مجال الحماية الدولية لحق المؤلف، وقد وقعت على هذه الاتفاقية 120 دولة، وتعد المادة التاسعة من تلك الاتفاقية هي أساس في تلك الاتفاقية لأنّها تنص على منح أصحاب حقوق المؤلف حق في التصريح بعمل نسخ من هذه المصنفات بأي طريقة وبأي شكل كان.

فضلا عن ذلك، تمنح اتفاقية برن صاحب الحق المؤلف الحق في أن يرخص أو يمنع أي ترجمة أو اقتباس أو بث إذاعي أو توصيل إلى الجمهور لمصنفه، وكذا تلزم الاتفاقية بتوقيع جزاءات سواء أكان المؤلف المعتدى عليه مواطنًا أم أجنبيًا.

ويرجع الاهتمام بحق المؤلف إلى أنه الوسيلة القانونية الرئيسة لحماية حقوق المؤلفين، فحق المؤلف من أهم الحقوق التي تكفلها النظم القانونية على اختلافها للمبدعين والمؤلفين حماية لإبداعاتهم الفكرية، إن لم يكن أهمها على الإطلاق، ويوفر هذا الحق -بشروط معينة- لمؤلفي مصنفات معينة في الآداب والفنون والعلوم، أيا كان نوع هذه المصنفات، أو أهميتها، أو طريقة التعبير عنها، أو الغرض من تصنيفها، حماية قانونية لا بأس بها، لمدة زمنية معينة، وتنظيم هذه الحقوق في الدول العربية كافة بمقتضى تشريعات تكاد تتشابه أحكامها تقريبًا، كما تستند في مجملها إلى اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية التي أبرمت في 9 سبتمبر 1886 وهي أول اتفاقية دولية لحماية حق المؤلف، المعدلة في باريس عام 1971.

ومن أهم الاتفاقيات الثمانية والعشرين التي وقعت عليها الدول الموقعة على اتفاقية الجات، الاتفاقية المعروفة باسم اتفاقية المجالات المتعلقة بالتجارة في حقوق الملكية الفكرية، وأهم ما تضمنته في نظرنا أنّها أعطت لموضوع الملكية الفكرية بشكل عام بعدًا عالميًّا مهمًّا، وربطت موضوعات الملكية الفكرية بآليات دولية محددة قد لا تستطيع دول كثيرة الفكاك منها، ولا أن يكون لهذه الاتفاقية تأثيرات مهمة سواء على اقتصاديات كثير من الدول ومنها الدول العربية أو على تشريعاتها الوطنية؛ ومن الموضوعات التي تناولتها هذه الاتفاقية تناولًا صريحًا موضوع الحماية القانونية لبرامج الكومبيوتر.[24]

مرسوم بقانون اتحادي رقم 5 لسنة 2012 في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات:

1. الجريمة الإلكترونية هي كل أشكال السلوك غير المشروع الذي يُرتكب باستخدام الشبكة المعلوماتية أو تقنية معلومات.

2. يهدف المرسوم بقانون اتحادي رقم 5 لسنة 2012 في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات إلى توفير الحماية القانونية لخصوصية ما يتم نشره وتداوله على الشبكة المعلوماتية.

3. يعاقب بالحبس والغرامة التي لا تقل عن مائة ألف درهم ولا تزيد على ثلاثمائة ألف درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من دخل إلى موقع الكتروني أو نظام معلومات

إلكتروني أو شبكة معلومات أو وسيلة تقنية معلومات من دون تصريح أو تجاوز حدود التصريح، أو بالبقاء فيه بصورة غير مشروعة.

4. إلغاء أو حذف أو تدمير أو إفشاء أو إتلاف أو تغيير أو نسخ أو نشر أو إعادة نشر البيانات أو المعلومات على الموقع الإلكتروني أو وسيلة تقنية المعلومات يعتبر جريمة يعاقب عليها القانون.

5. يعاقب بالسجن المؤقت والغرامة التي لا تقل عن مائة وخمسون ألف درهم ولا تتجاوز سبعمائة وخمسون ألف درهم كل من زور مستندًا إلكترونيًّا من مستندات الحكومة الاتحادية أو المحلية أو الهيئات أو المؤسسات العامة الاتحادية والمحلية أو غيرها من الجهات أو استعمال المستند المزور.

6. يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة واحدة والغرامة التي لا تقل عن مائتين وخمسين ألف درهم ولا تتجاوز مليون درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من استولى لنفسه أو لغيره بغير حق على مال منقول أو منفعة أو على سند أو توقيع هذا السند، وذلك بالاستعانة بأي طريقة احتيالية أو باتخاذ اسم كاذب أو انتحال صفة غير صحيحة عن طريق الشبكة المعلوماتية أو نظام معلومات إلكتروني أو إحدى وسائل تقنية المعلومات.

7. يعاقب بالحبس والغرامة التي لا تقل عن مائتين وخمسين ألف درهم ولا تتجاوز خمسمائة ألف درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من شتم الآخر أو أسند إليه واقعة من شأنها أن تجعله محلا للعقاب أو الازدراء من قبل الآخرين وذلك باستخدام شبكة معلوماتية أو وسيلة تقنية معلومات.

8. يعاقب بالحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من توصل بغير حق إلى طريق الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات إلى أرقام أو بيانات بطاقة ائتمانية أو إلكترونية أو أرقام أو بيانات حسابات مصرفية أو أي وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني. ويكون ظرفًا مشددًا إذا توصل من ذلك إلى الاستيلاء لنفسه أو لغيره على مال مملوك للآخر.

9. كل من حرض إنسانًا - ذكر أو أنثى- أو أغواه لارتكاب الدعارة أو الفجور عن طريق الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات.

10. يعاقب بالحبس أو الغرامة التي لا تقل عن مائة ألف درهم ولا تتجاوز ثلاثمائة ألف درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من أعاق أو عطل الوصول إلى شبكة معلوماتية أو موقع إلكتروني أو نظام معلومات إلكتروني.

11. التحايل على العنوان البروتوكولي للأنترنت باستخدام عنوان وهمي أو عنوان عائد للآخر أو بأي وسيلة أخرى، وذلك بقصد ارتكاب جريمة أو الحيلولة من دون اكتشافها يعدّ جريمة يعاقب عليها القانون .

12. يعاقب بالحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من انتفع أو سهل للآخر بغير وجه حق الانتفاع بخدمات الاتصالات أو قنوات البث المسموعة أو المرئية، وذلك عن طريق الشبكة المعلوماتية أو وسيلة تقنية المعلومات.

13. الاعتداء على خصوصية الأشخاص في غير الأحوال المصرح بها قانونًا باستراق السمع أو تسجيل أو إفشاء محادثات أو اتصالات أو مواد صوتية أو مرئية، أو التقاط صور للآخرين، أو إعداد صور إلكترونية أو نقلها أو كشفها أو نسخها أو الاحتفاظ بها يعتبر جريمة معاقب عليها قانونًا. [25]

تطوير مستخدمي شبكة الأنترنت والوقاية من الجرائم الرقمية:

- تجنب فتح أي رسالة بريد إلكتروني قبل التأكد من مصدرها بخاصة عند طلب أية بيانات شخصية أو مصرفية.
- يجب التأكد من مصداقية الإعلانات التي ترسل على البريد الإلكتروني أو الهاتف المتحرك وتجنب الانجراف وراء الإعلانات المضللة على المواقع الإلكترونية.
- الحذر من رسائل الاصطياد التي ترد عبر الهاتف المتحرك أو البريد الإلكتروني لتجنب الوقوع ضحية للاحتيال الإلكتروني.
- يجب على الآباء والأمهات مراقبة أبنائهم عند استخدامهم الأنترنت أو الهواتف الذكية.
- تجنب نشر أو تداول الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لما لها من أثر سلبي على الأفراد والمجتمع.

إنّ سوء استخدام الشبكة المعلوماتية أو وسيلة تقنية المعلومات يعرض مستخدمها للمساءلة القانونية.

المراجع :

1. د. ناصر البقمي. مكافحة جرائم المعلوماتية وتطبيقاتها . مركز الإمارات للبحوث. ط1. 2008. ص6.
2. د. عبد الفتاح بيوسي حجازي.جرائم الكمبيوتر والأنترنت في النشر العربي.دار النهضة. 2009 القاهرة. ط1. ص111.
3. د. ناصر البقمي . مرجع سابق. ص 15.
4. د. ناصر البقمي . مرجع سابق.ص11 .
5. د. صالح عمير. الحماية النظامية في دول مجلس التعاون الخليجي. ط1 2010. ص46
6. د. صالح عمير. المرجع السابق. ص57.
7. د. عبد الفتاح بيوسي. مرجع سابق. ص73.
8. محمد أحمد أمين الشوابكة: «الجريمة المعلوماتية». دار الثقافة، عمان. طبعة2004. ص76.
9. محمد علي العريان: «الجرائم المعلوماتية». دار الجامعة الجديدة للنشر. طبعة 2004ص: 64.
10. محمد سامي الشوا: «ثورة المعلومات وانعكاساتها على قانون العقوبات». دار النهضة العربية.ط 2. القاهرة 2007.ص. 48.
11. محمد سامي الشوا: المرجع السابق. ص: 48.
12. محمد علي العريان. مرجع سابق، ص: 66.
13. Computer Hackers : Tomorrows Tarrarts Dynamics, News for and about members of the American society for in dustrial seturdy jam varyl febrauary. 1990. p: 7.
14. جميل عبد الباقي الصغير.«القانون الجنائي والتكنولوجيا». الكتاب الأول. الجرائم الناشئة عن استخدام الحاسب الآلي. دار النهضة العربية سنة 2011. ص: 1 وما بعدها.
15. حمزة إسماعيل أبو شنب. تقنيات التواصل الاجتماعي الاستخدامات والمميزات. شبكة الالوكة للثقافة والمعرفة. اغسطس 2013.
16. محمد جابر خلف الله. مفهوم مواقع التفاعل الاجتماعي. الموقع الرسمي للباحث محمد جابر خلف الله. مارس 2013.
17. حمزة إسماعيل أبو شنب. مرجع سابق ص 78

18. يحي اليحياوي. التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية. دار الطليعة بيروت ط 2004. ص123.

19. منير محمد الجنبيهي، ممدوح محمد الجنبيهي: «جرائم الأنترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها». مرجع سابق ص 97.

20. مجله الحياه. http://www.hayatfm.ae/gallery/10-4

21. جميل عبد الباقي صغير. مرجع سابق.ص 23

22. منير محمد الجنبيهي، ممدوح محمد الجنبيهي. مرجع سابق ص 97.

23. منير محمد الجنبيهي.مرجع سابق. ص: 102

24. فاروق علي الحفناوي:«قانون البرمجيات». دراسة معمقة في الأحكام. الكتاب الأول، القانونية لبرمجيات الكومبيوتر. دار الكتاب الحديث. سنة 2000. ص: 113-112.

25. .http://www.adjd.gov.ae/portal/site/adjd/

المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام والاتصال

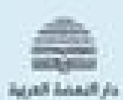
توفر التغييرات الناتجة عن التطور السريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصا هائلة للبشرية، ولكنها تطرح في الوقت عينه تحديات أخلاقية غير مسبوقة. ففي حين تقدم التكنولوجيا الرقمية التي أتاحت ترابط أجزاء العالم، الكثير من الفوائد، فإنها تنطوي أيضا على مخاطر سوء الاستعمال والاستغلال. وقد بدأت الدول بوضع آليات لحماية مواطنيها من هذه المخاطر ترمي، على سبيل المثال إلى ضمان سلامة الأطفال على شبكة الإنترنت.

مع ذلك، لا يزال الكثير ما ينبغي فعله لمعالجة الآثار الأخلاقية لمجتمع المعلومات، والتصدي لهذه التحديات من أجل بناء مجتمع معلومات يرتكز على مبدأي العدالة والتعدد الثقافي. لذلك، اخترنا لملتقانا السابع عنوانا يعبر عن الواقع الراهن وأهم رهاناته وهو الرهان الأخلاقي الذي سيحدد مستقبل التواصل والإعلام والعلاقات الإنسانية في المجتمعات الحديثة، مع تحول وسائل التواصل إلى قوة أساسية وفتاكة في بعض الأحيان في المجتمعات الحديثة.

المشاركون:

د. أمال لوعفي
د. أمال حسن محمد الغزاوي
د. إيمان رزاق
أ. بيوض بدرة
د. حسن محمد أبو حشيش
د. حسن منصور
د. خالد الغزي
د. خضر مصطفى الجمالي
د. خليل محمد مطهر الخطيب
د. دنيا طارق عبد الوهاب محمد
د. رجاء محمد الهمداني
أ. رزاق لحسن
د. رنا عواضة
د. زكريا حسين أحمد
أ. زينة زغيب
د. سهام البدور
أ. عائشة قريط
أ. عمار الشيباني
د. فارس محمد العمارات
د. فاديا حسين
د. فيصل كامل نجم الدين
أ. ليليان قربان عقل
د. ماركوس شميت
د. محمد سليمان الصبيحي
د. مصطفى متولي
د. ملى طوق
د. مي العبدالله
د. نادين حمدان
د. نور الدين بن سولة
د. هشام بوبوعروري
د. هلا نجيب الخطيب
أ. وسام بوالحمون






9 786144 429860